



关于湖州安达汽车配件股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函
有关财务问题回复的专项说明



关于湖州安达汽车配件股份有限公司 公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函 有关财务问题回复的专项说明

中汇会函[2026]0003号

北京证券交易所：

贵所于2025年5月9日下发的《关于湖州安达汽车配件股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》(以下简称“《问询函》”)已收悉。根据《问询函》要求，我们作为湖州安达汽车配件股份有限公司(以下简称“安达股份”、“发行人”或“公司”)公开发行股票并在北交所上市的申报会计师，对《问询函》所列问题进行了认真落实，现回复如下，请予以审核。

财务数据保留两位小数，若出现总数和各分项数值之和尾数不符或变动率尾数存在差异的情况，均为四舍五入原因造成。

问题 2. 进一步说明发行人与山东阿尔泰及现代坦迪斯的合作模式

根据申请文件及问询回复：（1）现代坦迪斯指定发行人通过山东阿尔泰供应变速箱产品及相关配套，报告期内销售金额大幅增长，从 2022 年合作当年 4,911.95 万元增长至 2024 年 15,641.25 万元，且发行人向现代产品销量的增长幅度高于现代汽车全球销量增长幅度。（2）发行人对山东阿尔泰毛利率低于前五大客户综合毛利率。（3）根据三方签署的《供货协议》，规格为 48230-2H000（后变更为 48230-2H005）的变速箱壳体总成由发行人和山东阿尔泰共同供应，合作当年相应产品发行人供货量占比为 69.67%，高于山东阿尔泰供货量，现代坦迪斯向山东阿尔泰支付基于发行人结算金额 1% 的管理费用。（4）现代坦迪斯已于 2024 年 6 月 20 日对公司进行实地验厂，综合评价结果为合格，截至目前，发行人尚未被认证为现代坦迪斯的直接供应商。

请发行人：（1）进一步说明发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯的三方合作模式，包括合同签订情况、收入定价方式、信用政策、结算方式、货物运输方式等。（2）结合发行人及山东阿尔泰向现代销售的同类产品定价情况、发行人向其他客户销售相同或类似产品定价情况等，说明发行人向现代销售产品的定价公允性，向山东阿尔泰销售毛利率低于其他客户的原因及合理性；结合下游市场需求变化、现代相应产品销量变动情况、现代向发行人采购占同类产品采购的比例等说明现代向发行人采购规模与对应产品销售规模的匹配性；结合上述因素说明发行人对现代的定价和销售策略，是否以降低产品价格增加销量，是否具有持续获得现代订单的技术优势。（3）结合山东阿尔泰经营规模、产量及产能利用率情况、2022 年现代坦迪斯针对发行人的产品检验及资质认证等情况，说明现代坦迪斯同时向发行人和山东阿尔泰采购同类型变速箱壳体总成的原因，2022 年合作起规格为 482302H000（后变更为 48230-2H005）的变速箱壳体总成发行人供货量占比高于山东阿尔泰的原因及合理性，发行人销售份额是否存在被山东阿尔泰替代的风险。（4）结合现代合格供应商认证流程和周期、既往认证情况等，说明发行人尚未取得现代坦迪斯认证供应商的原因及合理性，是否存在不能取得认证或后续销量下滑风险。（5）说明现代坦迪斯向山东阿尔泰支付管理费用的原因及合理性，除上述管理费用外，上述三方是否存在其他利益安排。（6）结合在手订单、期后新增订单、发行人产品竞争优势、供应商

认证进展、现代坦迪斯采购模式和渠道变化情况等进一步论证发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯的合作是否稳定、可持续，及其对发行人经营业绩的影响。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明针对发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯相关销售收入真实性的核查方法、核查程序、核查比例及核查意见。（3）核查发行人及其实控人、控股股东、董监高、其他关键岗位人员等与山东阿尔泰、现代坦迪斯之间是否存在异常资金往来，是否存在利益输送或其他利益安排情形，并发表明确意见。（4）提供上述事项的核查工作底稿。

一、进一步说明发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯的三方合作模式，包括合同签订情况、收入定价方式、信用政策、结算方式、货物运输方式等。

回复：

1、三方合作模式

公司通过山东阿尔泰向现代坦迪斯供应IVT 变速箱的壳体总成和后盖总成。现代坦迪斯每月末向公司通过邮件发送次月月度需求计划，后续每周动态更新需求情况，根据客户要求，公司需要在第三方仓库保持一定的安全库存，湖州大洋供应链管理有限公司提供第三方仓库相关仓储服务。公司根据现代坦迪斯的月度需求、安全库存情况安排生产计划和配送计划。相关产品生产完成后，公司安排先送往山东日照第三方仓库，第三方仓库管理员根据现代坦迪斯在供应链系统发布的每日送货计划，安排运输配送至现代坦迪斯。

现代坦迪斯每月下旬和山东阿尔泰进行对账结算，而后山东阿尔泰与公司进行对账，对账完成后现代坦迪斯安排先付款给山东阿尔泰，山东阿尔泰再付款给公司。

2、合同签订情况

2021 年 12 月，公司、现代坦迪斯和山东阿尔泰三方签署《供货协议书》，协议主要内容如下：

事项	主要内容
供货零件安排	三方供货零件为变速箱壳体总成（规格型号为 48230-2H000/2H300/2H500）和后盖总成（规格型号为 48220-2H000）。 (1) 变速箱壳体总成供货安排如下： 48230-2H000 型号由安达股份和山东阿尔泰共同供应； 48230-2H300 型号由安达股份供应； 48230-2H500 型号由山东阿尔泰供应。 (2) 后盖总成供货安排如下： 48220-2H000 型号由安达股份供应
三方角色定位	安达股份为定点企业、山东阿尔泰为供货企业、现代坦迪斯为收货企业， 安达股份开发的产品变速箱壳体总成（2 种）和后盖总成（1 种）发货到日照的仓库公司，检验后以山东阿尔泰的名义供给现代坦迪斯
供货量	(1) 变速箱壳体总成供货量安排如下： 共同供应的规格零件 2022 年度基准生产量为 30 万件，安达股份供应 20 万件/年。生产量增减时，三方另行协商。 (2) 后盖总成供货量安排如下： 以询价单 RFQ (Request for Quotation) 为基准，具体生产能力由现代坦迪斯和安达股份协商。RFQ (件/年度)：2022 年度 40 万、2023 年度 47 万、2024 年度 58 万、2025 年度 58 万
物流	发货到安达股份选定的仓库公司，与山东阿尔泰一起检验后，把合格品供货到现代坦迪斯
零件定价	初始价格基于 ADC12 原材料 16.32 元/kg (不含税)，SOP 后每季度参照 SMM (上海有色网) 的 ADC12 价格进行调整 (原材料价格联动)
结算方式	现代坦迪斯：供货结束月+60 日内 (现金 50%)，供货结束月+75 日内 (3 个月汇票 50%)； 山东阿尔泰：供应商结算，供货结束月+90 日内 (现金 100%)； 结算方式根据甲方的情况，可能会缩短或延长，发生这种情况时，甲方有义务和乙方丙方进行协商； 具体支付方式为山东阿尔泰收到现代坦迪斯的货款后，扣除 1% 管理费及印花税补偿费用，向安达股份支付货款
年降	量产 1 年后，安达股份只需执行一次年降 1% (Y+3) (包括 SUB 零件)，之后没有其他年降
订货	安达股份的订单由现代坦迪斯来主管运营，并有义务尽量准确的遵守二元化产品 (48230-2H000) 的订货比例 (为了区分安达股份和山东阿尔泰的产品，零件号需另行管理，并提前通报生产计划等)，同时考虑材料费利润

注：三方协议约定的供货量为预测值，具体以实际供货数量为准

3、定价方式

公司与现代坦迪斯、山东阿尔泰的合作中，产品价格以成本加成原则为报价基础，并综合考虑市场竞争环境、客户合作关系以及订单规模等因素，最终与客户协商确定产品价格，产品定价方式的原则与其他客户一致。公司对相关产品初

始价格基于原材料 ADC12 单价为 16.32 元/kg（不含税），开始批量生产后每季度参照上海有色网的 ADC12 价格进行调整。

4、信用政策和结算方式

报告期内，公司对山东阿尔泰的主要信用政策为收到货后 90 天内付款，付款方式为银行转账。山东阿尔泰与公司前五大其他单体客户的信用政策及结算方式对比如下：

序号	客户名称	主要信用政策	结算方式
1	山东阿尔泰	收到货后 90 天内付款	银行转账
2	上汽通用五菱汽车股份有限公司	收到发票后 60 天内付款	承兑汇票和银行转账
3	大众一汽发动机（大连）有限公司	收到发票后 60 天内付款	承兑汇票和银行转账
4	上汽大众动力电池有限公司	收到发票的次月 26 日付款	承兑汇票和银行转账
5	Audi Hungaria Zrt.（匈牙利奥迪）	付款应在收到货物、服务或其他履约后 30 天，或在收到供应商发票后 30 天（以较晚者为准）	银行转账

对比可以看出，公司其他主要单体客户结算主要采用承兑汇票和银行转账相结合的方式，银行承兑汇票承兑期限通常为 3-6 个月；公司对山东阿尔泰结算采用银行转账方式，信用期为收到货后 90 天内付款，设置较为合理，有助于公司提高资金周转效率。因此，公司不存在对山东阿尔泰放宽信用政策的情形，公司对山东阿尔泰销售的结算方式与信用政策具有合理性。

5、货物运输方式

公司通过山东阿尔泰供应现代坦迪斯相关产品，主要通过第三方运输公司湖州大洋供应链管理有限公司运输，相关货物出库经由公司仓库及运输公司人员签字确认后，货物移交运输公司。货物运输至日照第三方寄售仓库，经装配、检验合格后供货至现代坦迪斯，相关运输费用均由公司承担。

6、收入确认方式

公司对山东阿尔泰销售采用寄售模式，公司以经确认的对账单作为收入确认的依据。

报告期内，公司与山东阿尔泰的对账方式、对账具体执行周期、对账时间较为固定。山东阿尔泰每月 26-31 号与公司进行对账，对账周期为上月 26 号至当月 25 号，对账结算的业务主要发生在当月。公司获取经客户确认的对账单后，获得销售产品收款的权利，相关产品的风险报酬已转移至客户，公司对山东阿尔泰收入确认时点符合《企业会计准则》的相关要求。

综上所述，公司与山东阿尔泰、现代坦迪斯的三方合作模式具有商业合理性。

二、结合发行人及山东阿尔泰向现代销售的同类产品定价情况、发行人向其他客户销售相同或类似产品定价情况等，说明发行人向现代销售产品的定价公允性，向山东阿尔泰销售毛利率低于其他客户的原因及合理性；结合下游市场需求变化、现代相应产品销量变动情况、现代向发行人采购占同类产品采购的比例等说明现代向发行人采购规模与对应产品销售规模的匹配性；结合上述因素说明发行人对现代的定价和销售策略，是否以降低产品价格增加销量，是否具有持续获得现代订单的技术优势。

回复：

1、发行人向现代销售产品的定价公允性

（1）山东阿尔泰的同类产品定价情况

公司和山东阿尔泰共同向现代坦迪斯供应规格为 48230-2H000（后变更为 48230-2H005）的变速箱壳体总成。

根据山东阿尔泰提供的三方合作模式情况说明，经测算报告期内山东阿尔泰同等规格的产品销售均价为 **207.26** 元/件，公司相关产品销售均价为 **204.49** 元/件，差异率为**-1.35%**，差异较小。

公司与现代坦迪斯、山东阿尔泰的合作中，产品价格以成本加成原则作为报价基础，并综合考虑市场竞争环境、客户合作关系以及订单规模等因素，最终与客户协商确定产品价格。变速箱壳体总成为公司进入现代汽车供应链体系的首个合作项目，产品需求量较大。对比而言，报告期内公司供应现代坦迪斯同等规格型号的产品数量为 **86.31** 万件，山东阿尔泰供应现代坦迪斯的相关产品数量为 **30.57** 万件，公司供应产品数量远大于山东阿尔泰产品数量，具有生产规模优势；

此外，相关产品规格型号较为集中，生产工艺较为成熟，因此，公司产品定价具有合理性。

(2) 对比发行人其他客户销售相同或类似产品定价情况

报告期内，公司仅向现代坦迪斯销售变速箱类零部件，不存在向其他客户销售相同或类似产品的情形。

综上，公司向现代销售的产品定价合理，符合公司实际情况。

2、发行人山东阿尔泰销售毛利率低于其他客户的原因及合理性

报告期内，山东阿尔泰销售毛利率与其他客户比较情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
山东阿尔泰	12.51%	8.68%	7.13%	4.19%
大众集团	20.61%	19.78%	19.67%	10.88%
上汽集团	16.57%	17.53%	15.95%	13.46%
上汽大众	20.89%	19.40%	18.13%	9.87%
法雷奥集团	19.80%	18.76%	20.95%	26.68%
中国一汽	13.49%	16.98%	17.78%	16.49%
综合毛利率	17.42%	16.14%	14.84%	10.17%

公司对山东阿尔泰销售毛利率水平相对较低，主要原因系公司通过山东阿尔泰向韩国现代汽车配套提供变速箱壳体和后盖总成产品，作为公司进入现代汽车供应链体系的首个合作项目，产品需求量较大，规格型号较为集中，相关生产工艺较为成熟，故产品定价相对较低，符合公司销售策略。**2025 年 1-6 月公司对山东阿尔泰销售毛利率上升，主要原因系①随着公司产能利用率和产量提升，生产效率提高，能源采购价格的下降，以及公司加强生产精细化管理，持续降本增效，该客户毛利率随着公司整体毛利率水平提升相应有所上升；②2024 年公司供应现代坦迪斯的相关产品最终确定价格与之前暂定价格的差异进行结算，当期该客户销售价格相对较低，毛利率水平相应被整体拉低。**

因此，山东阿尔泰毛利率水平与其他主要客户存在差异，具有合理性。

3、现代向发行人采购规模与对应产品销售规模的匹配性

(1) 现代汽车整体汽车销量和应用 IVT 变速箱车型销量情况

根据公开数据显示，现代汽车 2022 年全球销售 684.82 万辆，同比增长 1.4%，位居全球第三位，其中起亚汽车销售 290.36 万辆，同比增长 4.6%；2023 年全球销售 730.43 万辆，同比增长 6.66%，其中起亚汽车销售 308.74 万辆，同比增长 6.4%；2024 年现代汽车全球销量为 723.12 万辆，同比 2023 年基本持平。现代汽车连续三年汽车销量位居世界第三，汽车零部件采购需求较大。**2025 年 1-6 月现代汽车全球销量为 365.42 万辆，同比增长 1.1%。**

公司供应现代坦迪斯的变速箱壳体和后盖总成用于生产 IVT 变速箱，配套车型主要为 Accent、Avante、i20、ix25、k3、Mistra、Morning、Ray、Seltos、Soul、Venue 等，并面向全球市场销售。根据公开资料显示，2022 年至 **2025 年 1-6 月**，前述 IVT 变速箱车型全球销量分别为 162.60 万辆、168.65 万辆、164.17 万辆和 **78.32 万辆**，销量较为稳定。

(2) 现代汽车向发行人采购占同类产品采购的比例

报告期内，现代汽车向公司采购的产品数量占现代汽车 IVT 车型全球销量比例情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
IVT 车型销量（万辆）	78.32	164.17	168.65	162.60
变速箱壳体总成	销量(万件)	17.79	36.11	27.63
	销量占比	22.72%	22.00%	16.38%
变速箱后盖总成	销量(万件)	23.45	51.27	42.12
	销量占比	29.94%	31.23%	24.97%

注 1：现代汽车 IVT 车型销量数据来源于 Marklines 全球汽车信息平台；

注 2：公司自 2025 年 6 月起向现代坦迪斯直接供货，下同

由上表可知，公司配套的变速箱壳体总成占现代汽车 IVT 车型全球销量比例分别为 6.16%、16.38%、22.00% 和 **22.72%**；后盖总成占现代汽车 IVT 车型全球销量比例分别为 9.76%、24.97%、31.23% 和 **29.94%**，**2022 年至 2024 年销售量占比逐年上升，2025 年 1-6 月销售量占比较上年度基本持平。**

根据对现代坦迪斯相关人员的访谈，现代坦迪斯变速箱壳体总成的国内供应商仅为公司和山东阿尔泰两家，变速箱后盖总成在国内由公司独家供应，剩余采

购需求则主要由韩国等其他国家和地区的供应商进行配套提供。

2023 年度销量占比同比增长较快，主要系公司 2022 年 7 月才开始批量供货，2022 年度仅供货 6 个月，且前期供货量相对较小；2023 年度公司销量占比增长亦受到全球汽车消费需求增长的影响。

2024 年度销量占比进一步增长，主要系由于公司的产品质量较高、供应稳定、具有一定的成本优势；此外，由于现代汽车经营策略的变化，其对国内企业的采购需求相应有所增加。

综上，现代汽车向公司采购的 IVT 变速箱配套产品规模与终端车型销量较为匹配。

4、发行人对现代的定价和销售策略，是否以降低产品价格增加销量

报告期内，公司对现代汽车销售的各规格型号产品情况如下：

单位：万件、元/件						
产品	规格型号	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
变速 箱壳 体总 成	48230-2H000（后变 更为 48230-2H005）	销量	15.09	33.72	27.48	10.02
		销售均价	207.01	201.70	207.91	200.68
	48230-2H300（后变 更为 48230-2H305）	销量	2.70	2.38	0.15	-
		销售均价	199.29	192.64	197.32	-
后盖 总成	48220-2H000	销量	23.45	51.27	42.12	15.87
		销售均价	165.88	163.45	169.36	169.25

报告期内，公司对现代汽车的产品销售均价无明显变化。其中变速箱壳体总成（48230-2H000）2023 年度销售均价上升 3.60%，主要系当年度对产品规格进行升级，对应产品价格相应进行调整；2024 年度产品销售均价小幅下降，主要系现代坦迪斯和公司对相关产品的最终价格与暂定价格的差异进行结算所致。

公司对现代汽车的产品定价方式和其他客户一致，产品价格以成本加成原则作为报价基础。公司对现代汽车销售的产品定价相对较低，主要系受产品类型、规模效应、合作项目情况差异及公司的销售策略等因素影响所致，并非通过降低产品价格增加销量。公司根据产品类型及需求、客户规模与市场情况、自身生产成本情况制定合理的价格策略，致力于为客户提供高质量产品。

综上，公司对现代汽车的销量增长具有合理性，不存在通过降低产品价格以增加销量的情况。

5、发行人是否具有持续获得现代订单的技术优势

(1) 铝合金压铸件相关的专利情况

公司为国家级专精特新“小巨人”企业、浙江省科技型中小企业和国家级高新技术企业，拥有多项关于产品性能优化、生产工艺优化的专利技术。截至本回复出具之日，针对汽车铝合金精密压铸件的轻量化、集成化、模块化、耐腐蚀性、散热性能、密封性、机械性能、NVH 优化、电磁屏蔽、抗冲击等性能提升需求，公司已取得主要相关国家授权专利如下：

专利号	专利名称	类型	申请日	授权公告日	研发方向
ZL201410481653.6	一种铝熔炼工艺	发明专利	2014年9月19日	2015年9月16日	轻量化、集成化、模块化、耐腐蚀性、散热性能、密封性、机械性能、NVH 优化、电磁屏蔽、抗冲击
ZL201410481880.9	一种强化铝熔炼工艺	发明专利	2014年9月19日	2016年6月8日	轻量化、集成化、模块化、耐腐蚀性、散热性能、密封性、机械性能、NVH 优化、电磁屏蔽、抗冲击
ZL201510179556.6	一种汽车配件的外圆磨削装置	发明专利	2015年4月16日	2017年12月1日	抗冲击
ZL201610468861.1	一种模具真空截止阀	发明专利	2016年6月25日	2018年6月5日	轻量化、集成化、模块化、耐腐蚀性、散热性能、密封性、机械性能、电磁屏蔽、抗冲击
ZL202210854967.0	一种模具真空截止阀	发明专利	2022年7月20日	2025年5月16日	轻量化、集成化、模块化、耐腐蚀性、散热性能、密封性、机械性能、电磁屏蔽、抗冲击
ZL201910317333.X	一种用于油封润滑的下压机构	发明专利	2019年4月19日	2024年5月31日	轻量化、集成化、模块化、密封性、NVH 优化
ZL201910317691.0	一种用于油封润滑的给液机构	发明专利	2019年4月19日	2024年5月31日	
ZL201910317692.5	一种挤压出液式油封润滑装置及利用该装置的自动化油封润滑压装系统	发明专利	2019年4月19日	2024年1月9日	轻量化、集成化、模块化、密封性、NVH 优化
ZL202210862007.9	一种用于零部件的光学筛选机	发明专利	2022年7月20日	2024年4月5日	抗冲击
ZL202121429508.5	一种超声波清洗机的自动排屑装置	实用新型	2021年6月25日	2022年3月15日	轻量化、集成化、模块化、密封性、抗冲击
ZL202121482589.5	一种用于压铸机的新型料桶	实用新型	2021年6月30日	2022年3月15日	轻量化、集成化、模块化、密封性、机械性能
ZL201721505419.8	一种发动机支架的定位支撑工装	实用新型	2017年11月13日	2018年6月22日	精准度、稳定性

ZL20172150 6067.8	一种改进的凸轮轴安装模具	实用新型	2017年11月13日	2018年6月22日	轻量化、机械性能
ZL20192056 8916.5	一种压铸汤勺	实用新型	2019年4月24日	2020年4月10日	机械性能
ZL20202067 3364.7	一种密封堵头	实用新型	2020年4月28日	2021年3月2日	密封性
ZL20222145 8718.1	一种碎屑清理装置	实用新型	2022年6月9日	2023年1月31日	轻量化、密封性、机械性能
ZL20222146 9947.3	一种铸模用排气销	实用新型	2022年6月9日	2023年1月31日	轻量化、散热性能、密封性

(2) 公司和现代坦迪斯的历史合作情况及直接供应商认证情况

公司和现代坦迪斯的历史合作情况良好，且已于 2025 年 5 月通过现代坦迪斯的直接供应商认证。根据对现代坦迪斯相关人员的访谈，与其他供应商供应的同类产品相比，公司供应的产品在技术水平、供货稳定性和质量方面表现优异，出现质量问题的情况极少，双方不存在产品质量纠纷。同时，根据行业惯例，汽车整车厂一旦选定供应商，不会轻易更换，因此，公司与现代坦迪斯的合作具有持续性，公司拥有获得相关订单的技术优势。

综上，公司具有持续获得现代汽车订单的技术优势。

三、结合山东阿尔泰经营规模、产量及产能利用率情况、2022 年现代坦迪斯针对发行人的产品检验及资质认证等情况，说明现代坦迪斯同时向发行人和山东阿尔泰采购同类型变速箱壳体总成的原因，2022 年合作起规格为 48230-2H000（后变更为 48230-2H005）的变速箱壳体总成发行人供货量占比高于山东阿尔泰的原因及合理性，发行人销售份额是否存在被山东阿尔泰替代的风险。

回复：

1、结合山东阿尔泰经营规模、产量及产能利用率情况、2022 年现代坦迪斯针对发行人的产品检验及资质认证等情况，说明现代坦迪斯同时向发行人和山东阿尔泰采购同类型变速箱壳体总成的原因，2022 年合作起规格为 48230-2H000（后变更为 48230-2H005）的变速箱壳体总成发行人供货量占比高于山东阿尔泰的原因及合理性

(1) 山东阿尔泰的经营规模及产能情况

报告期内，山东阿尔泰的营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
山东阿尔泰的营业收入 a	40,543.04	97,342.00	91,908.00	72,663.00
其中发行人对山东阿尔泰的销售额 b	6,295.04	15,641.25	12,876.43	4,911.95
山东阿尔泰的净收入 c=a-b	34,248.00	81,700.75	79,031.57	67,751.05
发行人的营业收入	47,779.31	91,117.71	92,448.17	77,142.85

由上表可知，山东阿尔泰的经营规模较大。根据相关访谈和情况说明，山东阿尔泰主要客户为吉利、沃尔沃以及现代汽车，配套现代坦迪斯的产品加工产能为 11.4 万件/年，根据 2024 年度其供应现代坦迪斯变速箱壳体数量进行测算，山东阿尔泰当期产能利用率为 116.93%，产能已超负荷运行。

（2）现代坦迪斯针对发行人的产品检验及资质认证情况

①产品检验及资质认证流程

现代坦迪斯针对公司产品的检验及资质认证主要流程如下：

主要环节	时间	主要流程
模具开发及验证阶段	2021 年 10 月-2022 年 1 月	开发邀请、制定开发计划、模具设计及开发制造
	2022 年 1 月-2022 年 2 月	OTS (Off Tooling Sample) 送样，进行全尺寸验证、耐久性试验等
小批量试生产阶段	2022 年 2 月-2022 年 5 月	小批量生产送样、进行 PPAP 准备、生产稳定性检验、生产人员培训及现场 PPAP 审核
	2022 年 5 月	取得初期样品保证书、检查协定书等 PPAP 文件
	2022 年 6 月	小批量交付，用于验证交付系统的稳定性，逐步过渡到量产阶段
量产阶段	2022 年 7 月	正式量产

②产品检验及资质认证结果

公司从 2021 年 10 月收到现代坦迪斯的开发邀请书，陆续通过了模具、试生产件的检验和车间现场的生产稳定性检验。主要产品（规格型号为 48230-2H000 的变速箱壳体总成、规格型号为 48220-2H000 的变速箱后盖总成）于 2022 年 5 月取得了初期样品保证书、检查协定书等 PPAP 文件，并于 2022 年 7 月正式开始量产；报告期内供货量较小的规格型号为 48230-2H300 的变速箱壳体总成产品检验审核等程序相对较晚，公司于 2022 年 8 月取得检查协定书、2023 年 5 月取得初期样品保证书并开始量产。

(3) 现代坦迪斯同时向发行人和山东阿尔泰采购规格型号为 48230-2H000 (后变更为 48230-2H005) 的变速箱壳体总成，且公司供货量占比高于山东阿尔泰的原因及合理性

①汽车零部件配套市场的行业惯例通常采用单一供应商定点模式或 AB 点模式（即单个零部件由两家供应商共同供应，如果其中一家供应商出现重大质量问题或供应不足时，另外一个供应商可以增加或补充供应份额）。因此，现代坦迪斯同时向发行人和山东阿尔泰采购规格型号为 48230-2H000 (后变更为 48230-2H005) 的变速箱壳体总成，符合行业惯例。

②山东阿尔泰配套现代坦迪斯的产品加工年产能仅为 11.4 万件，**2022 年至 2024 年**，现代坦迪斯对共同供应的变速箱壳体总成的采购量分别为 14.38 万件、37.74 万件和 44.84 万件，山东阿尔泰的产能无法满足现代坦迪斯的业务采购需求。

随着敢山路新厂区投产，公司产能得到有效提升，能够较好地满足现代坦迪斯的采购需求，山东阿尔泰可提供的加工产能有限，因此，现代坦迪斯对相关产品采用 AB 点供应模式，可以满足自身采购需求，保障供应链稳定。

综上，现代坦迪斯同时向公司和山东阿尔泰采购规格型号为 48230-2H000 (后变更为 48230-2H005) 的变速箱壳体总成，且公司供货量占比高于山东阿尔泰，具有商业合理性。

2、发行人销售份额是否存在被山东阿尔泰替代的风险

结合前述可知，(1) 山东阿尔泰配套现代坦迪斯的产品产能有限，且已超负荷运行；(2) 公司产品在技术水平、供货稳定性和质量方面表现优异，同时具有一定的成本优势；(3) 公司已通过现代坦迪斯的直接供应商认证，并自 2025 年 6 月起以直接供应商资格向其供货。

综上，公司销售份额被山东阿尔泰替代的风险较低。

四、结合现代合格供应商认证流程和周期、既往认证情况等，说明发行人尚未取得现代坦迪斯认证供应商的原因及合理性，是否存在不能取得认证或后续销量下滑风险。

回复：

现代坦迪斯合格供应商认证的具体流程，包括对公司的实地考察、人员访谈、资料审核等，主要考核公司的研发设计能力、生产能力、生产规模、质量管控能力、财务状况等。

根据对现代坦迪斯相关人员的访谈，现代汽车对于简单的零部件需 1 年以上的认证时间，变速箱等重要零部件认证时间 2-3 年，符合其认证实际情况和惯例。报告期内，公司在供货稳定性、产品质量等方面表现优异，因此现代坦迪斯于 2024 年上半年对公司启动了直接供应商的认证流程。公司已于 2025 年 5 月完成了直接供应商认证，与现代坦迪斯签订了《零部件采购合同》，自 2025 年 6 月起以直接供应商资格向现代坦迪斯供货。

根据现代坦迪斯相关说明，除公司外，近几年其不存在其他主要直接供应商认证的案例。公司和现代坦迪斯的历史合作情况良好，期后新增订单变动较小，销量无明显下滑。

综上，公司后续对终端整车厂现代汽车的销量发生大幅下滑的风险较小。

五、说明现代坦迪斯向山东阿尔泰支付管理费用的原因及合理性，除上述管理费用外，上述三方是否存在其他利益安排。

回复：

现代坦迪斯向山东阿尔泰支付的基于公司结算金额 1% 的管理费用，主要用于补偿山东阿尔泰在三方合作过程中所承担的因公司业务而增加的对账、开票、结算以及对业务的指导、协调和沟通等工作成本。韩国企业在管理模式、供货体系、产品管理等方面与国内企业的要求存在一定差异，山东阿尔泰原为一家韩资企业（**2025 年 9 月该公司控股股东变更为上市公司天润工业**），作为现代坦迪斯的长期供应商，公司通过山东阿尔泰对现代坦迪斯进行销售，能够缩短双方合作磨合时间，减少在产品与质量管理理念等方面的差异。

此外，现代坦迪斯对山东阿尔泰进行印花税补偿（补偿标准为结算金额的 0.03%*2），用于弥补山东阿尔泰因公司业务而增加的印花税成本。除管理费用和印花税费用外，上述三方不存在其他利益安排。

综上，三方合作过程中，现代坦迪斯向山东阿尔泰支付相关管理费用、印花税，具有商业合理性；除前述费用外，上述三方不存在其他利益安排。

六、结合在手订单、期后新增订单、发行人产品竞争优势、供应商认证进展、现代坦迪斯采购模式和渠道变化情况等进一步论证发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯的合作是否稳定、可持续，及其对发行人经营业绩的影响。

回复：

1、在手订单和期后新增订单情况

公司自 2025 年 6 月起以直接供应商资格为现代坦迪斯供货，期末在手订单系公司次月需要向现代坦迪斯交付的订单金额，期末在手订单仅体现客户的短时需求，周期一般为 1 个月。公司对山东阿尔泰和现代坦迪斯的在手订单和期后新增订单情况（含税）如下：

单位：万元			
项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 6 月 30 日	变动
在手订单	1,705.42	1,690.60	0.88%
期后新增订单	4,960.83	4,576.86	8.39%

注：期后新增订单统计口径为当年 7-9 月已确认收入的订单含税金额，2025 年 7-9 月数据已经审阅

截至 2025 年 6 月末，公司对现代坦迪斯的在手订单金额较上年 6 月末基本持平；2025 年 7-9 月新增订单较 2024 年同期增加 8.39%，呈现一定增长。

2、供应商认证进展、产品竞争优势、现代坦迪斯采购模式和渠道变化情况

2024 年 6 月 20 日，现代坦迪斯对公司开展实地验厂，最终评定结果为合格。凭借长期以来稳定的供货能力、较好的产品质量，公司于 2025 年 5 月成功通过现代坦迪斯的直接供应商认证，与现代坦迪斯签订了《零部件采购合同》，自 2025 年 6 月起以直接供应商资格为现代坦迪斯供货。

报告期内，现代坦迪斯主要零配件的采购模式与渠道未发生重大变化。我国得益于成熟的汽车零部件产业链、劳动力成本与地缘便利等优势，依然为现代汽车全球重要的零部件供应基地之一。

3、发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯的合作是否稳定、可持续

公司期后对现代坦迪斯新增订单呈现一定增长，销售收入未下滑；公司和现代坦迪斯的历史合作情况良好；公司已通过现代坦迪斯的直接供应商认证，自2025年6月起以直接供应商资格向其供货；报告期内，现代坦迪斯主要零配件的采购模式和渠道未发生重大变化。

综上，公司与现代坦迪斯的合作具有稳定性和可持续性，公司自2025年6月起以直接供应商资格向现代坦迪斯供货。

4、发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯的合作对经营业绩的影响

公司2024年度对山东阿尔泰实现销售收入为15,641.25万元，毛利率为8.68%。**2025年1-6月**，公司对山东阿尔泰、现代坦迪斯实现销售收入为**7,552.04万元**，占2024年度全年收入的**48.28%**，总体较为稳定。

假设其他因素不变的情况下，公司对山东阿尔泰、现代坦迪斯的销售收入变动对公司营业收入、净利润和综合毛利率的敏感性分析如下：

单位：万元					
情形	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
对山东阿尔泰、现代坦迪斯的销售收入下降5%	营业收入	47,401.71	90,335.65	91,804.35	76,897.25
	营业收入变动率	-0.79%	-0.86%	-0.70%	-0.32%
	净利润	3,997.98	5,734.51	5,713.94	1,822.87
	净利润变动率	-1.01%	-1.00%	-0.68%	-0.48%
	毛利率	17.45%	16.20%	14.89%	10.19%
	毛利率变动	0.03%	0.06%	0.05%	0.02%
对山东阿尔泰、现代坦迪斯的销售收入下降10%	营业收入	47,024.10	89,553.59	91,160.53	76,651.65
	营业收入变动率	-1.58%	-1.72%	-1.39%	-0.64%
	净利润	3,957.21	5,676.81	5,674.92	1,814.13
	净利润变动率	-2.02%	-1.99%	-1.36%	-0.96%
	毛利率	17.49%	16.27%	14.94%	10.20%
	毛利率变动	0.07%	0.13%	0.10%	0.03%
对山东阿尔泰、	营业收入	46,646.50	88,771.52	90,516.71	76,406.06

情形	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
现代坦迪斯的 销售收入下降 15%	营业收入变 动率	-2.37%	-2.57%	-2.09%	-0.96%
	净利润	3,916.45	5,619.11	5,635.90	1,805.38
	净利润变动 率	-3.03%	-2.99%	-2.03%	-1.43%
	毛利率	17.53%	16.33%	15.00%	10.22%
	毛利率变动	0.11%	0.19%	0.16%	0.05%

如上表模拟测算，假设报告期内公司对山东阿尔泰、现代坦迪斯的销售收入下滑在 15% 以内，公司营业收入下降预计不超过 2.57%，净利润下降预计不超过 **3.03%**。

综上，公司与山东阿尔泰、现代坦迪斯的合作对整体经营业绩的影响相对较小。

七、请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明针对发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯相关销售收入真实性的核查方法、核查程序、核查比例及核查意见。（3）核查发行人及其实控人、控股股东、董监高、其他关键岗位人员等与山东阿尔泰、现代坦迪斯之间是否存在异常资金往来，是否存在利益输送或其他利益安排情形，并发表明确意见。（4）提供上述事项的核查工作底稿。

（一）核查程序

针对上述事项，发行人会计师履行了如下核查程序：

1、公开查询现代集团汽车全球销量情况、查阅 Marklines 全球汽车信息平台网站，获取发行人产品终端车型的销量数据，与发行人配套零部件销量进行匹配分析；

2、了解发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯的三方合作模式、定价方式以及毛利率低于其他客户的原因及合理性；

3、取得发行人、现代坦迪斯和山东阿尔泰三方签署的《供货协议书》，核查协议内容对具体条款的约定；

- 4、对山东阿尔泰、现代坦迪斯进行实地走访，对相关人员进行访谈，了解业务背景及开展情况等，以及验证相关收入的真实性；
- 5、对发行人现代直接供应商认证进展进行核查，确认认证进度；
- 6、取得发行人与现代坦迪斯、山东阿尔泰关于转直接供应商的会议纪要，了解双方产能情况及供应份额分配情况；
- 7、取得山东阿尔泰出具的三方业务合作模式的情况说明，了解其经营规模；
- 8、了解现代合格供应商认证流程和周期，以及既往认证情况；
- 9、了解现代坦迪斯向山东阿尔泰支付管理费用的原因及合理性；
- 10、获取发行人**2025年6月末**在手订单情况和期后新增订单情况；
- 11、测算山东阿尔泰、现代坦迪斯的销售收入变动对发行人营业收入、净利润和综合毛利率的影响；
- 12、对山东阿尔泰的营业收入执行细节测试、函证等程序，以核查其真实性、准确性和完整性；
- 13、取得发行人主要客户的应收账款信用期政策，分析应收账款信用期政策变动情况。

（二）核查结论

经核查，发行人会计师认为：

- 1、发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯的三方合作模式具有商业合理性；
- 2、发行人向现代销售的产品定价合理，符合发行人实际情况；山东阿尔泰毛利率水平与其他主要客户存在差异，具有合理性；
- 3、现代汽车向发行人采购的IVT 变速箱配套产品规模与终端车型销量具有匹配性；发行人对现代汽车的销量增长具有合理性，不存在通过降低产品价格以增加销量的情况；发行人具有持续获得现代汽车订单的技术优势；
- 4、现代坦迪斯同时向发行人和山东阿尔泰采购规格型号为 48230-2H000（后变更为 48230-2H005）的变速箱壳体总成，且发行人供货量占比高于山东阿尔泰

具有商业合理性；发行人销售份额被山东阿尔泰替代的风险较低；

5、发行人已通过现代坦迪斯直接供应商认证；发行人直接供应商认证周期处于现代坦迪斯认证周期正常区间内；发行人后续对终端整车厂现代汽车的销量发生大幅下滑的风险较小；

6、三方合作过程中，现代坦迪斯向山东阿尔泰支付相关管理费用、印花税，具有商业合理性；除前述费用外，上述三方不存在其他利益安排；

7、发行人与现代坦迪斯的合作具有稳定性和可持续性，发行人自 2025 年 6 月起以直接供应商资格向现代坦迪斯供货；发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯的合作对整体经营业绩的影响相对较小。

（三）说明针对发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯相关销售收入真实性的核查方法、核查程序、核查比例及核查意见。

1、核查方法及核查程序

发行人会计师履行了以下核查方法及核查程序：

（1）查询山东阿尔泰、**现代坦迪斯**的工商信息，确认客户是否真实存在；获取发行人、现代坦迪斯和山东阿尔泰三方签署的《供货协议书》，核查协议内容对具体业务条款的约定，评价公司收入确认方法是否适当，是否符合企业会计准则的要求、了解信用政策、结算方式等；

（2）对山东阿尔泰、现代坦迪斯进行实地走访。核实被访谈人员身份、填写访谈记录，被访谈人员签字确认等；就客户的成立时间、主营业务、与发行人的合作模式、合作起始时间、定价方式、是否存在第三方回款等内容进行了解与核实；获取的证据包括客户访谈记录、客户营业执照、被访谈人名片或身份证复印件、访谈合影照片等；

（3）对收入执行细节测试，检查业务合同、客户需求计划、销售出库单、对账单、销售发票及入账凭证、回款凭证；

（4）对山东阿尔泰、**现代坦迪斯**销售收入执行函证程序，核实发行人与该客户之间的交易金额、期末往来款余额；

(5) 检查山东阿尔泰、**现代坦迪斯**的期后回款情况，检查是否存在逾期未回款的情形。

2、核查比例

(1) 对山东阿尔泰、**现代坦迪斯**的销售收入执行细节测试，报告期内的核查比例情况如下：

单位：万元				
项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
细节测试金额	7,487.05	15,509.80	12,829.42	4,856.27
山东阿尔泰、 现代坦迪斯 审定收入	7,552.04	15,641.25	12,876.43	4,911.95
核查比例	99.14%	99.16%	99.63%	98.87%

由上表可知，报告期内对山东阿尔泰、**现代坦迪斯**的销售收入执行细节测试，核查比例分别为98.87%、99.63%、99.16%和99.14%，检查收入确认相关单据，未发现异常，相关收入确认真实、准确。

(2) 对公司与山东阿尔泰、**现代坦迪斯**的交易金额执行函证程序，核查情况如下：

单位：万元				
项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
销售收入①	7,552.04	15,641.25	12,876.43	4,911.95
回函相符及经差异调节后可确认金额②	7,552.04	15,641.25	12,876.43	4,911.95
回函相符及经差异调节后可确认金额占对该客户销售收入的比例③=②/①	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

由上表可知，山东阿尔泰、**现代坦迪斯**回函情况良好。

(3) 截至2025年9月末，山东阿尔泰、**现代坦迪斯**的期后回款情况如下：

单位：万元				
项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
应收账款余额	4,623.17	3,988.17	4,757.53	3,547.39
期后回款金额	4,607.85	3,988.17	4,757.53	3,547.39

回款比例	99.67%	100.00%	100.00%	100.00%
------	---------------	---------	---------	---------

由上表可知，山东阿尔泰、现代坦迪斯期后回款情况良好，不存在逾期未回款的情形。

3、核查结论

经核查，发行人会计师认为：通过对山东阿尔泰、现代坦迪斯进行实地访谈、对山东阿尔泰、现代坦迪斯执行细节测试和函证等程序，发行人会计师认为发行人与山东阿尔泰、现代坦迪斯之间的相关销售收入具备真实性。

(四) 核查发行人及其实控人、控股股东、董监高、其他关键岗位人员等与山东阿尔泰、现代坦迪斯之间是否存在异常资金往来，是否存在利益输送或其他利益安排情形，并发表明确意见。

1、核查程序

发行人会计师履行了如下核查程序：

(1) 对报告期内发行人、控股股东、发行人主要关联方、董事（不含独立董事）、取消监事会前在任监事、高级管理人员、关键岗位人员的资金流水进行核查；

(2) 通过对山东阿尔泰、现代坦迪斯进行访谈，确认是否存在其他方代发行人收付款的情形，是否存在与发行人控股股东、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员等发生异常资金往来，是否存在利益输送或其他利益安排的情形。

2、核查结论

经核查，发行人会计师认为：发行人及控股股东、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员、其他关键岗位人员等与山东阿尔泰、现代坦迪斯之间不存在异常的资金往来，不存在利益输送或其他利益安排情形。

问题 3.业绩增长持续性

根据申请文件及问询回复：(1)公司铝合金精密压铸件主要应用于传统燃油车和新能源车，报告期各期，应用于传统燃油车的收入占比分别为 93.38%、

90.35%、81.22%；应用于新能源车的收入占比分别为 5.06%、7.88%、16.04%，其中，新能源三电系统零部件收入占比分别为 4.75%、6.22%和 11.16%。（2）发行人新能源车客户主要为法雷奥集团、大众集团、富奥法雷奥、富特科技、方正电机、上汽集团、北汽集团。（3）报告期内发行人获取的定点产品数量分别为 11 个、20 个、36 个，发行人 2024 年末在手订单为 7,754.60 万元，同比下降 14.57%。

请发行人：（1）结合新能源车市场竞争格局、发行人客户新能源车型市场占有率及销量增长情况、新能源领域客户拓展情况等，进一步论证发行人新能源领域业绩增长是否可持续。（2）区分新能源与传统燃油车型，说明定点产品类型、主要客户、收入实现情况及对应终端车型销售情况，定点产品数量上涨而在手订单同比下降的原因及合理性，定点产品是否为发行人客户主力车型，并量化分析获取项目定点后车型升级换代对发行人经营业绩的影响。（3）区分燃油车、混动电车、纯电车，说明报告期内发行人产品终端销售区域、终端乘用车品牌及主力车型，并结合终端销售区域乘用车销量增长情况、在手订单、期后新增订单及上述因素等进一步论证发行人经营业绩增长是否可持续，是否存在期后业绩下滑风险。（4）进一步量化分析并完善新能源汽车产业快速发展对现有业务冲击的风险等业绩变动相关风险提示。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）提供上述事项的核查工作底稿。

一、结合新能源车市场竞争格局、发行人客户新能源车型市场占有率及销量增长情况、新能源领域客户拓展情况等，进一步论证发行人新能源领域业绩增长是否可持续。

回复：

1、新能源车市场竞争格局

（1）全球新能源车市场竞争格局

根据 Clean Technica 数据，2022 年全球新能源汽车销量达到 1,007.33 万辆，同比增长 56.37%，2023 年全球新能源汽车销量达到 1,367.46 万辆，同比增长

35.75%，2024 年全球新能源汽车销量达到 1,724.16 万辆，同比增长 26.08%，**2025 年 1-6 月全球新能源汽车销量达到 901.43 万辆，同比增长 25%。**

全球新能源汽车市场竞争格局正在发生深刻变革，中国品牌通过技术创新与全球化战略逐步占据主导地位。根据国际能源署（IEA）发布的《全球电动汽车展望 2024》，中国、欧洲和美国的传统汽车销量仅占全球总量的 65% 左右，而电动汽车销量达到全球总量的 95%，呈现高度集中的状态，其中中国约占 60%、欧洲约占 25%、美国约占 10%。在欧洲地区，大众集团、特斯拉、Stellantis 集团新能源车销量名列前茅，三家市占率合计接近 50%；在美国地区，特斯拉在电动车市场占据主导地位，其次为现代汽车、通用汽车、福特汽车和宝马等。

中国以外的新兴市场和发展中经济体的新能源车存在较大的发展空间和发展前景，巴西、印尼、马来西亚和泰国主要依靠中国品牌的平价新能源车型推动市场渗透，印度通过生产挂钩激励政策（PLI）支持本土新能源车制造，墨西哥则借助美国《通胀削减法案》（IRA）补贴政策快速完善新能源车供应链体系。

（2）我国新能源车市场竞争格局

根据中国汽车工业协会数据，2021 年我国新能源汽车产销量开始快速增长，2022 年销量达 688.7 万辆，同比增长 95.6%，2023 年我国新能源汽车产销量分别为 958.7 万辆和 949.5 万辆，同比分别增长 35.8% 和 37.9%，2024 年我国新能源汽车产销量分别为 1,288.8 万辆和 1,286.6 万辆，同比分别增长 34.4% 和 35.5%，新能源汽车市场渗透率达 40.9%，**2025 年 1-6 月我国新能源汽车产销量分别为 696.8 万辆和 693.7 万辆，同比分别增长 41.4% 和 40.3%。**

根据乘联会相关数据，2025 年 **1-9 月**，我国销量前十的新能源汽车品牌依次为比亚迪、吉利、**长安**、上汽通用五菱、特斯拉、奇瑞、零跑、鸿蒙智行、理想、小鹏，合计占比达到 **76.7%**，其中，比亚迪、吉利、**长安** 和上汽通用五菱在国内新能源市场占有率为 **28.7%、12.3%、6.5% 和 5.7%**，合计达到 **53.2%**。

新能源车市场行业资源向头部企业集中，整体竞争格局趋于复杂。就技术角度而言，新能源车技术的发展正在从技术突破到性能优化、从电动化到智能化阶段；就需求角度而言，电池安全与衰减管理以及寿命评估、辅助驾驶安全需求以及使用场景扩展推动竞争格局的演变。随着技术方案的多样化与新消费需求的不

断涌现、新车型密集发布、产品不断迭代，进一步加剧了国内市场竞争。

2、发行人客户新能源车型市场占有率及销量增长情况

(1) 客户新能源车型市场情况

报告期内，公司新能源业务收入合计分别为 3,814.60 万元、7,109.88 万元、14,211.53 万元和 **7,825.29** 万元，增长较快。公司新能源三电系统零部件的主要客户包括法雷奥集团、大众集团、富奥法雷奥、富特科技、方正电机、上汽集团、北汽集团和敏实汽车技术研发有限公司；除新能源三电系统零部件产品以外，公司销售给理想汽车、上汽大众和上汽通用的部分动力传动系统零部件、悬挂系统及其他零部件产品也应用于新能源车型。

报告期内，公司上述主要整车厂客户以及配套一级零部件供应商主要新能源品牌车型的终端销量及市场占有率情况如下：

单位：万辆

客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	销量	市占率	销量	市占率	销量	市占率	销量	市占率
大众集团（含富奥法雷奥）	65.78	7.30%	101.44	5.88%	102.75	7.51%	81.73	8.11%
上汽集团（含方正电机、上汽大众、上汽通用）	64.63	9.32%	123.41	9.59%	112.29	11.83%	107.34	15.59%
北汽集团	10.85	1.56%	17.48	1.36%	13.11	1.38%	9.06	1.32%
富特科技（小米汽车）	15.79	2.28%	13.95	1.08%	-	-	-	-
富特科技（广汽集团）	36.58	5.27%	89.02	6.92%	97.35	10.25%	73.23	10.63%
富特科技（蔚来汽车）	11.42	1.65%	22.20	1.73%	15.71	1.65%	13.58	1.97%
理想汽车	20.39	2.94%	50.05	3.89%	37.60	3.96%	13.32	1.93%
合计（除大众集团）	159.66	23.02%	316.10	24.57%	276.07	29.08%	216.55	31.44%

注 1：大众集团新能源车市占率系根据全球新能源车销量计算得出，其余客户生产的新能源车主要在国内销售，故列示的是国内数据；

注 2：根据公司产品终端应用的新能源车型，富奥法雷奥对应的主要终端新能源车型为 ID.3、ID.4、奥迪 e-tron，故纳入大众集团新能源车销量统计；方正电机对应的主要终端车型为五菱星光/星光 S（混动），故纳入上汽集团新能源车销量统计；根据上汽集团年报和产销快报，其新能源车销量数据包含上汽大众、上汽通用的新能源车销量，故未单独列示；

注 3：公司销售给富特科技产品对应的终端新能源车型中，主要为小米 SU7、广汽丰田铂智 3X、广汽埃安 UT/Y/V 和蔚来 ES8/ET9/ET7/ES7/EC7 等，报告期内应用前述车型的产品销售金额累计占公司对富特科技总销售额 **92%** 以上，故上表分别列示小米汽车、广汽集

团和蔚来汽车的新能源车的市场情况；由于 Marklines 全球汽车信息平台统计数据更新，广汽集团的新能源车销量情况随之更新；

注 4：大众集团新能源车销量数据来源于客户年度报告，系由纯电车型销量和插混车型销量合计而来；小米汽车新能源车销量数据来源于易车网，系由小米 SU7 和小米 YU7 零售量合计而来；其余客户新能源车销量数据来源于 Marklines 全球汽车信息平台；计算市占率所采用的分母系 Clean Technica 披露的全球新能源车销量、中国汽车工业协会披露的我国新能源车销量；公司销售给法雷奥集团的产品主要应用于 TATA 系列车型，因未获取 TATA 系列车型中新能源车型的销量，故未列示法雷奥集团对应的新能源车市场情况；公司销售给敏实汽车技术研发有限公司的产品主要应用于本田 K-car（轻自动车），本田 K-car 主要车型包括 N BOX、N ONE、N-VAN 等，因未获取前述车型中新能源车型的销量，故未列示其销量情况。

由上表可知，报告期内大众集团生产的新能源车全球市占率分别为 8.11%、7.51%、5.88% 和 7.30%，占比相对较高，根据 Marklines 全球汽车信息平台数据，大众集团在中国的新能源车销量分别为 20.62 万辆、24.27 万辆、24.37 万辆和 5.98 万辆，市占率分别为 2.99%、2.56%、1.89% 和 0.86%，相对全球市场比较而言，国内市占率相对较低。由于富特科技主要系公司 2024 年开始实现销售，因此考虑大众集团新能源车国内销量并剔除 2022 年和 2023 年富特科技对应的广汽集团和蔚来汽车新能源车市场数据后，报告期内，上述客户国内新能源车销量合计分别为 150.35 万辆、187.28 万辆、340.47 万辆和 165.64 万辆，市占率合计分别为 21.83%、19.72%、26.46% 和 23.88%，发展良好。

（2）发行人主要产品终端适配新能源车型及市场表现情况

报告期内，公司销售给客户的产品对应的主要新能源车种类及车型情况如下：

客户名称	类型	主要品牌	应用车型或项目
法雷奥集团	纯电动汽车	塔塔、极狐	TATA 系列、极狐 N50
大众集团	纯电动汽车	大众、奥迪	ID.3、ID.4 X、ID.4 CROZZ、ID. 与众、奥迪 Q6 e-tron、奥迪 A6 e-tron、奥迪 e-tron
	混合动力汽车	大众	帕萨特（混动）
富奥法雷奥	纯电动汽车	大众、奥迪	ID.3、ID.4、奥迪 e-tron
富特科技	纯电动汽车	小米汽车、丰田、雷诺、埃安、蔚来、比亚迪、宝马	小米汽车、广汽丰田铂智 3X、雷诺梅甘娜 / 风景、广汽埃安 UT/Y/V 、蔚来 ES8/ET9/ET7/ES7/EC7、比亚迪护卫舰、宝马 i3/i5/iX3/iX5、乐道 L90
方正电机	混合动力汽车	五菱	五菱星光/星光 S（混动）

上汽集团	纯电动汽车	五菱、凯迪拉克、别克、吉利、欧拉	五菱星光/星光 S、凯迪拉克锐歌、别克 E4/E5、吉利商用车、欧拉闪电猫
	混合动力汽车	别克、宝骏、五菱	别克英朗（混动）、宝骏云海、五菱星光/星光 S（混动）、五菱宏光增程
北汽集团	纯电动汽车	极狐	极狐 N60
理想汽车	混合动力汽车	理想汽车	理想 L6/L7/L8/L9
上汽大众	混合动力汽车	大众	帕萨特（混动）、途观（混动）
上汽通用	混合动力汽车	别克	别克 GL8 插电混动
敏实汽车技术研发有限公司	纯电动汽车	本田	K-car（轻自动车）

注：应用车型或项目指的是公司产品所最终应用的车型或车型代码；公司销售给敏实汽车技术研发有限公司的产品主要应用于本田 K-car（轻自动车），未对应具体车型

国内市场来看，报告期内，公司产品应用的主要新能源车型中，大众品牌的 ID.3、ID.4 CROZZ、ID.4 X 和 ID.与众合计在国内的销量分别为 10.57 万辆、13.75 万辆、16.82 万辆和 **4.78 万辆**，五菱品牌的星光和星光 S 自 2023 年上市以来合计在国内的销量分别为 1.07 万辆、10.36 万辆和 **2.72 万辆**。报告期内，剔除 TATA 系列车型后，公司产品终端应用的主要新能源车型的国内零售量分别为 66.12 万辆、113.15 万辆、133.59 万辆和 **64.38 万辆**；根据中国汽车工业协会数据，报告期内我国新能源车销量分别为 688.7 万辆、949.5 万辆、1,286.6 万辆和 **693.7 万辆**，公司产品终端应用的主要新能源车型销量占国内新能源车销量的比例分别为 9.60%、11.92%、10.38% 和 **9.28%**。

国外市场来看，根据 Marklines 全球汽车产业平台数据，报告期内，TATA 系列车型(未区分新能源与传统能源车型)在全球的销量分别为 99.68 万辆、93.95 万辆、92.70 万辆和 **44.99 万辆**，主要销售区域为印度，其在印度的销量分别为 99.33 万辆、93.61 万辆、92.62 万辆和 **44.93 万辆**，占印度汽车总销量的比例分别为 **20.85%、18.43%、17.72% 和 16.82%**；公司外销客户主要为 Volkswagen AG（德国大众）和 Audi Hungaria Zrt.（匈牙利奥迪），外销产品终端应用的新能源车型主要为 ID.3、ID.4、奥迪 e-tron、奥迪 Q6 e-tron（暂未上市）和奥迪 A6 e-tron（暂未上市），该等车型均为纯电乘用车，报告期内该等车型在欧洲地区的销量合计达 **49.72 万辆**，占 2022 年至 **2025 年 6 月末**欧洲地区纯电乘用车销量的比例达 **7.28%**。

3、新能源领域客户拓展情况

在新能源车领域，报告期内，公司实现批量供货的品牌主要为塔塔、极狐、大众、小米汽车、比亚迪、五菱和理想汽车等，对应车型主要为 TATA 系列、极狐 N50、ID.3、ID.4、奥迪 Q6-e-tron、奥迪 A6-e-tron、奥迪 e-tron、小米 SU7、比亚迪秦、五菱星光/星光 S、宝骏云海、理想 L6/L7/L8/L9 等；处于小批量生产阶段或逐步供货的品牌主要为埃安、蔚来、比亚迪、宝马、凯迪拉克、别克、奔驰等，对应车型主要为广汽埃安 UT/RT/V/Y、广汽丰田铂智 3X、乐道 L90、蔚来 ES8、比亚迪护卫舰、宝马新能源全系列、凯迪拉克锐歌、别克 E4/E5 等，为公司未来新能源领域业务发展奠定了一定的基础；公司已与零跑汽车建立业务合作关系，进入其供应商体系并获取 6 个新产品定点项目。

报告期内，公司逐步开拓了富特科技、敏实汽车技术研发有限公司、Nidec-PSA emotors（法国）、台达电子工业股份有限公司等新能源车领域客户，其基本情况具体如下：

序号	客户名称	客户基本情况
1	富特科技	成立于 2011 年，注册资本 15,542.0399 万元，于 2024 年 9 月在深交所创业板上市，主要从事新能源汽车高压电源系统的研发、生产和销售。行业知名的新能源汽车高压电源核心零部件供应商，具有较高的品牌知名度和较强的市场竞争力，客户主要为广汽集团、蔚来汽车、小鹏汽车、小米汽车、雷诺汽车、Stellantis 等知名车企
2	敏实汽车技术研发有限公司	成立于 2016 年，注册资本 214,300 万元，是敏实集团实际控制 100% 股权的附属子公司，主营业务为设计、制造及销售金属模具及车身零部件制造设备。敏实集团是全球领先的汽车外饰件和车身结构件供应商，拥有多元化客户结构，涵盖全球逾 70 个汽车品牌，凭借全球最全面、多元的客户基础，敏实重点投资布局汽车电动化领域，已跃居全球最大的电池盒和车身结构件供应商
3	Nidec-PSA emotors（法国）	成立于 2018 年，由法国 PSA 集团（现为 Stellantis 集团的一部分）与日本电机制造商 Nidec（电产）合资，专注于电动汽车电机的研发与生产。主要生产用于混合动力（轻度混合动力、插电式混合动力）和纯电动车型的牵引电动机。产品以高功率密度和紧凑设计为特点，适配 PSA 集团旗下标致、雪铁龙、欧宝等品牌的多款电动车型
4	台达电子工业股份有限公司	成立于 1971 年，业务领域为电源管理的整体解决方案、视讯显像系统、工业自动化、网络通讯产品、太阳能、LED 照明与电动车控制系统及整车动力系统。全球交换式电源供应器和直流风扇的领导者，市场占有率长期位居第一。在工业自动化领域方面，

		伺服马达，工业机器人产品销量居于行业前列
--	--	----------------------

报告期内，公司通过开拓上述客户，间接开拓了小米汽车、广汽丰田、广汽埃安、蔚来、比亚迪、宝马、法国 Stellantis 等品牌的新能源车型。

公司依托传统能源汽车技术积累，深入布局新能源车领域，重点研发新能源三电系统核心技术，公司掌握型腔高真空压铸技术、材料热处理技术及固相连接技术，具备新能源汽车铝合金压铸件生产能力，并凭借成熟的压铸工艺、全流程质量管控体系，满足轻量化、集成化与模块化、耐腐蚀性、散热性能、密封性、电磁屏蔽、抗冲击性等需求，积极开拓新能源车领域新客户新产品，提升新能源市场份额与品牌影响力。

综上所述，公司新能源领域业绩增长具有可持续性。

二、区分新能源与传统燃油车型，说明定点产品类型、主要客户、收入实现情况及对应终端车型销售情况，定点产品数量上涨而在手订单同比下降的原因及合理性，定点产品是否为发行人客户主力车型，并量化分析获取项目定点后车型升级换代对发行人经营业绩的影响。

回复：

1、定点产品类型、主要客户、收入实现情况及对应终端车型销售情况

报告期内，公司新定点的产品类型、主要客户，对应终端车型及收入实现情况如下：

产品类型	主要客户	主要终端车型	收入实现情况			
			2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
传统燃油车	大众集团、上汽集团、上汽大众	朗逸、Polo、途岳、新桑塔纳、揽境	957.18	603.91	766.42	889.99
新能源车	法雷奥集团、大众集团、富特科技（比亚迪、小米汽车、广汽埃安、蔚来汽车）、理想汽车	TATA、五菱星光、理想L系列、小米SU7、广丰铂智3X、ID.3/ID.4 CROZZ/ID.4 X/ID.6/ID.6 X、乐道L90	5,145.47	6,755.37	3,176.80	772.20

合计	6,102.65	7,359.28	3,943.22	1,662.19
----	----------	----------	----------	----------

报告期内，公司新定点产品实现的销售收入分别为 1,662.19 万元、3,943.22 万元、7,359.28 万元**和 6,102.65 万元**，呈逐年上升趋势。

公司传统燃油车业务以大众集团、上汽集团和上汽大众为核心客户，新定点项目包括朗逸、Polo、途岳、新桑塔纳等经典燃油车型，相关车型在国内市场长期占据较高份额。报告期内，新定点的项目实现的收入分别为 889.99 万元、766.42 万元、603.91 万元**和 957.18 万元**，金额较小，主要原因系：（1）燃油车换代周期通常较长，通常一款车型年度或中期升级会沿用既有定点项目，无需新增定点，报告期内公司新定点项目数量相应较少；报告期内公司传统燃油车因更新迭代而未重新下达定点信的新产品收入分别为 3,640.68 万元、15,883.28 万元、19,404.79 万元**和 7,739.02 万元**，与已下定点信的传统燃油车新产品金额合计分别为 4,530.67 万元、16,649.70 万元、20,008.70 万元**和 8,696.20 万元**，合计占传统燃油车收入的比例分别为 6.43%、20.44%、26.96%**和 22.71%**，金额及占比较大；（2）报告期内公司新定点的项目主要为新产品，新产品的产量在初期会经历一个逐步提升的爬坡阶段，因此初始阶段的产量相对较低，金额相应较小。

公司新能源车业务覆盖国内外知名车企及零部件供应商，包括上汽集团、法雷奥集团、大众集团、富特科技、理想汽车等。终端车型涉及多个热门新能源车型，如 TATA（印度市场）、五菱星光（经济型 EV）、小米 SU7（智能纯电轿跑）、理想 L 系列（高端增程式）等。受益于全球新能源汽车渗透率提升，公司新能源业务收入呈较快增长趋势，报告期内，新定点的新能源车产品收入分别为 772.20 万元、3,176.80 万元、6,755.37 万元**和 5,145.47 万元**，增长较快，主要系新能源车型开发周期相对较短，报告期内部分新定点项目已开始逐步实现量产所致。

报告期内，公司实现的新产品销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
动力传动系统零部件	18,962.76	37,212.61	31,804.91	9,196.24
新能源三电系统零部件	5,325.98	6,918.95	2,326.78	723.62
悬挂系统及其他零部件	1,250.66	449.27	1,336.00	231.51

合计	25,539.40	44,580.83	35,467.69	10,151.37
----	-----------	-----------	-----------	-----------

注：新产品系指报告期内新增的规格型号产品（即 2022 年及以后新增的产品型号），
新产品销售收入不含模具及附件、特殊价格调整金额

根据汽车零部件行业的惯例，产品各阶段生命周期的主要特点如下：①新产品上市初期，收入较低且增长缓慢；②成长期，随着市场接受度提升，收入进入快速增长阶段；③成熟期，收入达到峰值，但增速放缓；④衰退期，收入开始下降，市场被替代技术或新车型抢占。汽车零部件新产品开发并实现量产后的相关车型上市数年甚至十余年的生命周期内，将持续为公司贡献销售收入。因此，公司持续开拓新项目、新产品，将为公司未来业务发展提供重要的支撑。

报告期内，公司新能源终端车型销售情况详见本问题回复“一、2、（2）发行人主要产品终端适配新能源车型及市场表现情况”相关内容。

2、定点产品数量上涨而在手订单同比下降的原因及合理性

报告期内，公司新增定点产品数量和各期末在手订单基本情况如下：

单位：个、万元

项目	2025 年 1-6 月 /2025 年 6 月末	2024 年度/2024 年末	2023 年度/2023 年末	2022 年度/2022 年末
定点产品数量	13	36	20	11
在手订单	9,199.33	7,754.60	9,076.63	5,761.65

注1：定点产品数量为报告期内各期新签定点信中的产品数量；

注2：公司在手订单数量以客户每月提供的未来1个月的生产计划为基础进行统计

报告期内发行人获取的定点产品数量分别为 11 个、20 个、36 个和 13 个，
发行人 **2025 年 6 月末** 在手订单为 **9,199.33** 万元，同比呈现一定增长。

公司与客户主要通过签订框架协议对产品技术规格、结算方式、双方权利义务等进行约定，通过定点信的方式获取新项目，取得定点信后进入产品开发阶段。在产品开发阶段，供应商需配合客户完成产品设计、验证、测试等环节，并通过严格的准入审核流程，才能正式进入量产。因此，项目定点仅是业务合作的起点，而非现有业务订单的即时保障，实际订单量受终端市场需求变化，整车厂通常根据车型销量动态调整采购量，项目定点时的预期数量与实际订单数量可能会存在一定差异。

报告期内，公司在夯实原有客户的基础上，不断开拓新客户，因此定点

产品数量不断增加。通常产品定点开发 1-2 年后，开始验证测试并逐步量产，新产品生命周期通常为 3-7 年，因此报告期公司新定点项目大部分尚未量产，且普遍存在产量爬坡的过程，对公司月度生产计划无明显影响。

公司与客户签订的框架协议并未明确具体采购数量及金额等信息，客户通常通过其供应商系统、业务员邮件等方式按月向公司下达订单。因此，公司各期末在手订单系下游整车厂商或一级供应商在短期内需要交付的订单，由于客户下单频繁、单次订单金额相对不高，且不会提前较长时间下单，在手订单仅体现其即时需求，公司的在手订单数量以客户每月提供未来 1 个月的生产计划为基础统计，因此公司在手订单金额相对较小。

截至 2023 年末的在手订单对应的是次年（即 2024 年）1 月的生产计划；而截至 2024 年末的在手订单则对应的是次年（即 2025 年）1 月的生产计划。2024 年末在手订单金额相比 2023 年末有所下降，主要系春节期间或前后，整车厂通常存在停工检修的惯例，2024 年春节放假时间为 2 月份，相对 2025 年春节时间较晚，2024 年 1 月客户的生产计划需求量相对较大所致。

经公开查询，同行业可比公司文灿股份、泉峰汽车等亦存在披露定点项目数量的情况，定点新产品亦存在产量爬坡阶段，公司定点项目情况符合企业实际情况和行业特点，具有合理性。

3、定点产品是否为发行人客户主力车型，并量化分析获取项目定点后车型升级换代对发行人经营业绩的影响

公司新定点产品主要包括朗逸、Polo、途岳、新桑塔纳等经典燃油车型，以及五菱星光、理想 L 系列、小米 SU7 等新能源车型，属于发行人客户的主力车型。

根据汽车行业惯例，通常一款全新车型从设计到上市，整车厂商通常需要耗费较大的成本，为了保持老款车型更持久的产品生命力，在相关车型上市后，整车厂商会对其进行持续研发，因此老款车型通常存在年度升级、中期升级、换代升级的情况，升级车型从科技感、搭载配置、内外饰设计等方面，相比之前的老款存在较大的改进，相关升级周期及定义具体如下：

项目	周期	定义
年度升级	1-2 年	基于车企对上市车型的后续跟踪,针对车型的市场表现做出的相应调整
中期升级	3-4 年	通常会对外观、内饰及配置进行升级, 部分车型会设计动力总成升级
换代升级	6-8 年	全面升级换代,包括工厂的冲压、焊装、涂装、总装等,内外饰同步全面升级

在适配车型的升级及换代过程中, 下游整车厂商及一级供应商会根据车型的具体调整方案, 选择沿用原有的部分产品, 同时也可能因为新的产品形态、性能指标、成本因素等提出新的产品定点需求。公司主要客户为国内外知名的汽车整车厂和汽车零部件一级供应商, 包括大众集团、上汽集团、上汽大众等, 在相关客户定点车型的生命周期内, 发行人凭借多年积累的产品设计、研发及生产能力, 在维护原有定点车型产品供应的基础上, 积极开发符合客户要求的新产品, 不断获取新产品项目定点, 以确保公司销售收入实现长期稳步增长。

公司老款车型项目产品基本实现了业务承继, 报告期内公司存在个别项目车型升级后未继续获得相关项目定点, 车型升级换代后不能获取新零件的定点, 会对公司业绩产生一定影响。报告期内, 2024 年因车型升级换代, 发行人未能获取客户方正电机和富奥法雷奥新项目定点, 假设公司获取相关升级换代项目且产品收入与 2024 年度保持一致, 上述事项对公司业绩的影响具体测算如下:

单位: 万元

项目	对公司营业收入的影响金额
方正电机	-696.65
富奥法雷奥	-1,572.79
合计	-2,269.44
2024 年度公司营业收入	91,117.71
影响金额占公司 2024 年度营业收入的比例	-2.49%

注: 方正电机和富奥法雷奥的影响金额分别为公司对其 2024 年度的销售收入, 影响比例为公司对其销售收入合计数占 2024 年度营业收入的比例

在执行的项目已到达产品生命周期尾声, 若无法获取新的项目定点, 销售将不再持续发生。方正电机由于其产品在车型升级换代后未能持续获得下游客户项目定点, 公司相应也同步失去相关项目定点机会; 富奥法雷奥在新项目定点时由于报价过低, 公司综合考虑后主动放弃相关项目。报告期内, 公司因车型升级换代未能获取新项目定点, 对营业收入造成的影响比例为-2.49%, 影响较小。

综上所述，定点产品为发行人客户主力车型，报告期内，获取项目定点后车型升级换代对发行人经营业绩的影响较小。

三、区分燃油车、混动电车、纯电车，说明报告期内发行人产品终端销售区域、终端乘用车品牌及主力车型，并结合终端销售区域乘用车销量增长情况、在手订单、期后新增订单及上述因素等进一步论证发行人经营业绩增长是否可持续，是否存在期后业绩下滑风险。

回复：

1、发行人产品终端销售区域、终端乘用车品牌及主力车型

报告期内，发行人产品对应的终端车型主要销售区域和品牌情况如下：

类别	主要终端车型	主要终端销售区域	汽车品牌
燃油车	迈腾、探岳、帕萨特、途昂、辉昂、朗逸、Polo、途岳、新桑塔纳、速腾、宝来、高尔夫、 揽境	中国	大众
	途观	中国、欧洲、北美	
	捷达 VS5/VA3/V7	中国	捷达
	奥迪 A4/A6	中国、欧洲	奥迪
	奥迪 Q5/ A7/Q6/Q7	中国、欧洲、北美	
	IVT 全系车型	北美、印度、欧洲、韩国	现代、起亚
	五菱荣光/荣光 V、宏光 S/宏光 V	中国	五菱
	宝骏 310/510/530/730	中国	宝骏
纯电车	卡罗拉	中国、亚洲其他地区、北美、南美、欧洲、大洋洲	丰田
	ID 3/ID 4	中国、欧洲	大众
	Audi e-tron	欧洲	奥迪
	TATA 系列	印度	塔塔
混动电车	小米 SU7	中国	小米汽车
	星光/星光 S (插混)	中国	五菱
	云海 (插混)	中国	宝骏
	帕萨特 (混动)、途观 (混动)	中国、欧洲	大众
	理想 L6/L7/L8/L9 (插混)	中国	理想汽车

注 1：燃油车终端车型选取标准为所有公司产品中报告期内累计销售金额超过 2,000 万元的部分，合计占报告期传统燃油车领域产品销售金额的 85% 以上；根据 Marklines 全球汽车信息平台，帕萨特指的是新帕萨特 NMS、Polo 指的是新 Polo、高尔夫指的是高尔夫 A8，

该等车型主要在国内销售；未列示大通商用车；

注 2：纯电车和混动电车终端车型选取标准为所有公司产品中报告期内累计销售金额超过 1,000 万元的部分，合计占报告期新能源车领域产品销售金额的 85% 以上；根据 Marklines 全球汽车信息平台，TATA 系列车型无法进一步区分新能源车或燃油车，由于公司应用于 TATA 系列的产品为新能源三电系统零部件产品，因此将 TATA 系列列示在纯电车中；因极狐 N50 未对应具体车型、奥迪 Q6-e-tron 和奥迪 A6-e-tron 暂未上市，故未列示相应车型的销售区域情况。

由上表可知，发行人产品对应的终端车型品牌主要为大众、捷达、奥迪、现代、起亚、五菱、宝骏、丰田、塔塔、小米汽车、理想汽车，该等品牌的主力车型情况如下：

品牌	主力车型
大众	途观、Polo、帕萨特、高尔夫、朗逸、探歌、速腾、途铠、迈腾、探岳
捷达	捷达 VS5、VA3、VS7
奥迪	Q5、A6/S6/RS6、A3/S3/RS3、Q3、A4/S4/RS4、Q4 e-tron、Q2、A1、A5/S5/RS5、Q7
现代、起亚	途胜、狮铂拓界、伊兰特（Avante）、Creta（ix25）、科纳/Venue、赛图斯、胜达、索兰托、现代 i10、索纳
五菱	宾果、宏光 MINI、星光/星光 S、荣光、宏光、扬光、之光、佳辰、AirEV/MG Comet、星驰
宝骏	530、510、云朵、云海
丰田	卡罗拉/卡罗拉锐放、RAV4/威兰达、Yaris/Yaris Cross、凯美瑞、海拉克斯、赛那/格瑞维亚、汉兰达/Kluger、Innova、Tacoma、陆巡
塔塔	Punch、Nexon、Tiago、Altroz、Curvv
小米汽车	SU7
理想汽车	理想 L6/L7/L8/L9

注：上表内容系根据各品牌 2024 年旗下车型全球销量由高到低排序选取得出，数据来源于 Marklines 全球汽车信息平台

由上表可知，发行人产品对应终端车型主要为各汽车品牌主力车型。其中，发行人销售给山东阿尔泰的产品主要应用于现代汽车旗下的 IVT 全系车型，根据坦迪斯官网信息，IVT 全系车型主要包括伊兰特、K3、赛图斯、Venue、ix25、Moring、Ray 等，大部分为现代或起亚品牌主力车型；发行人产品在大众品牌旗下主要应用于途观、迈腾、探岳、帕萨特、朗逸、Polo、速腾、高尔夫、ID 3/ID 4 等，该等终端车型与大众品牌旗下的主力车型重合度较高，其中 ID 3、ID 4 等均为大众品牌旗下新能源车型中的主力车型；发行人产品在五菱品牌旗下主要应用于星光、宏光、荣光等，该等终端车型均为五菱品牌的主力车型。

2、终端销售区域乘用车销量增长情况

根据前述分析，发行人产品对应终端车型的销售区域主要集中在中国、欧洲和北美，此外，IVT 全系车型、TATA 系列车型在印度销量也较高。基于数据可得性，2022 年至 2024 年上述销售区域乘用车销量情况如下：

单位：万辆

销售区域	乘用车类型	2024 年度	增长率	2023 年度	增长率	2022 年度
中国	燃油车	1,415.66	-11.18%	1,593.86	0.22%	1,590.39
	混动车	601.80	66.14%	362.23	56.65%	231.24
	纯电车	703.49	13.19%	621.52	24.84%	497.88
	合计	2,720.95	5.56%	2,577.62	11.13%	2,319.51
欧洲	燃油车	641.71	-7.43%	693.20	14.35%	606.23
	混动车	501.37	15.38%	434.53	20.20%	361.52
	纯电车	202.87	-0.68%	204.26	31.31%	155.56
	合计	1,345.95	1.05%	1,331.99	18.58%	1,123.30
北美	燃油车	1,150.96	-1.82%	1,172.24	9.59%	1,069.64
	混动车	244.82	44.02%	169.99	40.84%	120.69
	纯电车	134.52	5.29%	127.76	47.97%	86.34
	合计	1,530.29	4.10%	1,469.99	15.14%	1,276.67
印度	燃油车	357.23	1.20%	353.00	3.11%	342.37
	混动车	59.22	30.20%	45.48	71.38%	26.54
	纯电车	9.21	-11.81%	10.44	12.33%	9.30
	合计	425.66	4.09%	408.92	8.12%	378.20

注：乘用车选取标准为 A-F 级车、MPV 和 SUV 车型，不含皮卡车型；燃油车包含 ICE（传统燃油车）和 DE（柴油发动机），混动车包括 HV（混动）、PHV（插混）和 MHV（轻混），纯电车包含 EV（电车）和 FCV（燃料电池车）；北美主要指美国、加拿大和墨西哥；数据来源于 Marklines 全球汽车信息平台

就乘用车中的燃油车而言，中国、欧洲和北美等销售区域 2024 年度销量与上一年度相比有所下降，但仍处于较高水平；就乘用车中的新能源车（含混动车和纯电车）而言，公司产品终端车型的销售区域主要为中国和欧洲，该等销售区域的新能源车销量增长速度较快，渗透率较高，欧洲地区 2022 年至 2024 年新能源车销量复合增长率达到 16.70%。

3、在手订单、期后新增订单

公司目前在手订单系下游汽车整车厂商或零部件一级供应商在 1 个月内需要交付的订单，由于客户下单频率较高、单次订单金额相对不高，且不会提前较

长时间下单，在手订单仅体现客户的短时需求。因此，公司在手订单数量以未来1个月的生产计划为基础进行统计，报告期各期末及期后，公司在手订单情况如下：

业务类型	在手订单	2025年9月末	2025年6月末	2024年末	2023年末	2022年末
燃油车	数量（万件）	73.93	71.02	69.00	67.90	50.32
	金额（万元、含税）	7,082.60	7,497.90	6,632.73	6,722.22	5,110.55
混动车	数量（万件）	8.32	4.89	2.58	16.29	5.02
	金额（万元、含税）	607.65	209.92	105.69	1,318.74	118.70
纯电车	数量（万件）	15.74	14.56	11.58	15.81	6.71
	金额（万元、含税）	2,207.69	1,491.51	1,016.18	1,035.67	532.40
合计	数量（万件）	97.99	90.47	83.16	100.01	62.05
	金额（万元、含税）	9,897.94	9,199.33	7,754.60	9,076.63	5,761.65

注：公司在手订单为铝合金精密压铸件产品的生产计划金额，其受到期初期末产品结存情况、寄售模式下客户领用结算情况、特殊价格调整等因素的影响与当期收入金额存在一定的差异

公司2024年末在手订单为7,754.60万元，同比下降14.57%，主要系2025年1月含春节假期，生产计划中的生产时间与2024年1月相比减少了12.90%；2023年末混动车在手订单数量及金额较大，主要系终端应用五菱星光和星光S的电机端盖、凸轮轴罩盖等产品生产计划量增加所致，2024年五菱星光和星光S国内销量达10.36万辆，与2023年的1.07万辆相比实现大幅增长。

由上表可知，公司2023年以来燃油车在手订单基本保持稳定，报告期及期后公司混动车和纯电车在手订单总体基本呈增长趋势，发行人报告期各期末及期后生产计划对应的在手订单充足。

综上所述，发行人产品终端应用车型大多数为各品牌旗下主力车型，相应车型销量水平较高，且对应的销售区域整体乘用车市场具有增长能力，发行人经营业绩具有可持续性，不存在期后业绩大幅下滑的风险。

四、进一步量化分析并完善新能源汽车产业快速发展对现有业务冲击的风险等业绩变动相关风险提示。

回复：

1、新能源车市场渗透率对公司业绩的影响

2023 年度和 2024 年度我国新能源车市场渗透率分别为 31.6% 和 40.9%，新能源汽车产业快速发展对公司传统燃油车业务造成一定冲击，与此同时，新能源车业务也因产业的快速发展逐步增长。

基于公司 2023 年度和 2024 年度历史经营状况，假设新能源车市场渗透率和传统燃油车收入及新能源车收入呈线性关系，X 年度和 Y 年度我国新能源车市场渗透率分别为 45.0% 和 50.0%，对公司内销铝合金压铸件的销售收入进行测算，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2024 年度	X 年度	Y 年度
我国新能源车市场渗透率	31.6%	40.9%	45.0%	50.0%
传统燃油车零部件内销收入	51,303.99	41,776.31	37,575.94	32,453.53
新能源车零部件内销收入	6,653.39	11,557.64	13,719.74	16,356.43
铝合金压铸件内销收入合计	57,957.38	53,333.96	51,295.67	48,809.96

注 1：我国新能源汽车发展较快，对公司内销业务收入影响较大，公司销售给内销客户山东阿尔泰的产品终端配套韩国现代汽车，主要面向海外市场销售，与国内新能源汽车产业的发展关联度较低，因此测算时已从内销铝合金压铸件收入中剔除；

注 2：X 年度和 Y 年度的新能源车市场渗透率为假设值，X/Y 年度传统燃油车收入=(2024 年度传统燃油车收入-2023 年度传统燃油车收入) / (2024 年度新能源车市场渗透率-2023 年度新能源车市场渗透率) * (X/Y 年度市场渗透率-2024 年度市场渗透率) +2024 年度传统燃油车收入；X/Y 年度新能源车收入=(2024 年度新能源车收入-2023 年度新能源车收入)/(2024 年度新能源车市场渗透率-2023 年度新能源车市场渗透率) * (X/Y 年度市场渗透率-2024 年度市场渗透率) +2024 年度新能源车收入

当我国新能源车市场渗透率分别为 45.0% 和 50.0% 时，传统燃油车收入分别下降 4,200.37 万元和 9,322.78 万元，对现有传统燃油车业务产生冲击，但公司新能源车收入业务也会随着新能源车市场渗透率上升而增长，铝合金压铸件内销收入合计分别下降 2,038.29 万元和 4,524.00 万元，影响较小。公司开拓新能源业务起步时间较晚，且国内自主品牌新能源汽车企业竞争日益激烈等，如果公司未来无法进入下游客户新能源汽车项目的供应商体系，持续获得新能源领域订单，在新能源车市场渗透率逐年上升的情况下，公司的业绩可能面临下滑的风险。

2、发行人具备较强的新能源汽车相关市场的开拓能力

(1) 现有业务优势向新能源领域有效延伸

① 工艺技术协同性突出

发行人深耕汽车零部件制造领域，其核心工艺技术（如型腔高真空压铸、材料热处理、精密装配在线控制等）不仅在传统汽车零部件制造中具有显著优势，更在新能源汽车三电系统（电池/电机/电控）零部件生产中展现出突出的协同性与适应性。工艺技术的协同性，使得发行人能够快速将成熟的技术应用于新能源汽车关键零部件的制造中，从而提升产品性能、降低成本并缩短生产周期。

型腔高真空压铸技术是发行人核心技术之一，该技术通过在压铸过程中将模具型腔内的气体抽出，使金属液在真空状态下充填型腔，从而显著减少气孔缺陷，提高铸件的力学性能和内部质量。这种技术不仅适用于传统汽车零部件的制造，更在新能源汽车三电系统中发挥重要作用。例如，新能源汽车的电池壳体、电机壳体等部件，均广泛采用高真空压铸技术，以实现高强度、轻量化和高精度的要求。通过高真空压铸，发行人能够生产出符合新能源汽车轻量化趋势的高质量零部件，满足市场对高性能配套件的需求。

材料热处理技术是发行人另一项核心技术，其在新能源汽车三电系统中的应用尤为关键。热处理能够改善金属材料的组织结构，提高其强度、韧性和耐磨性，从而延长零部件的使用寿命。在新能源汽车中，电池、电机和电控系统对材料性能要求极高，因此热处理技术在其中的应用至关重要。此外，热处理技术还能够减少材料的变形和开裂风险，提高产品的整体质量。

精密装配在线控制技术是发行人实现新能源汽车三电系统零部件高效制造的重要保障。该技术通过自动化和智能化手段，实现对装配过程的实时监控和精确控制，从而提高装配精度和生产效率。在新能源汽车中，电控系统对装配精度要求极高，任何微小的装配误差都可能导致系统性能下降甚至故障。因此，发行人通过精密装配在线控制技术，能够确保新能源汽车三电系统的高可靠性。此外，该技术还能够减少人工干预，提高生产效率，降低生产成本。

发行人通过型腔高真空压铸、材料热处理、精密装配在线控制等核心技术的协同应用，不仅能够快速将传统汽车零部件制造经验应用于新能源汽车三电系统零部件的生产，还能够显著提升产品的性能、质量和可靠性。这种工艺技术的协同性，为发行人在未来新能源汽车领域的持续发展奠定了坚实基础。

②新能源领域客户拓展情况

公司新能源领域客户拓展情况详见本问题回复“一、3、新能源领域客户拓展情况”相关内容。

(2) 新能源业务研发能力显著提升

公司新能源业务研发能力情况详见问题1回复“三、3、(4)持续加大新能源领域研发投入”相关内容。

(3) 已成功开发新能源汽车产品并实现相关收入的快速提升

公司新能源三电系统零部件产品销售业绩情况详见问题1回复“三、3、(1)新能源三电系统零部件产品销售业绩及发展规划情况”相关内容。

3、新能源车对传统燃油车的替代进程对发行人生产经营不存在重大不利影响

虽然近年来我国新能源汽车市场发展快速，但相比传统燃油车巨大的保有量及年均新增汽车销量的较大市场份额，全球新能源汽车市场仍处于发展初期。相较于全球成熟的燃油车工业体系，新能源汽车的广泛推广和市场渗透仍存在部分不足之处，主要包括：（1）新能源汽车充电等配套设施的建设情况主要依赖各地公共基础设施投入与完善程度，受电池续航能力影响，消费者对于新能源纯电动汽车的续航里程焦虑在短期内较难有效缓解；（2）新能源汽车不时出现的事故问题可能降低消费者购车热情；（3）新能源汽车补贴优惠力度的变化未来存在不确定性，也会对消费者的购车决策产生一定影响。因此，在未来的汽车发展战略中，新能源汽车的有序发展并不意味着传统燃油车市场快速萎缩，传统燃油车的技术成熟、续驶里程长、上下游配套完善等优势，使其具有较强的市场竞争力。

因此，未来新能源汽车战略中，新能源汽车的有序发展并不代表传统燃油车将在短时间内彻底淡出行业，传统燃油车的技术成熟、续驶里程长、上下游配套完善等优势，将使其在未来长时间内依然会拥有相当的市场占有率。从能源供给体系的角度来看，石油和电力消费结构持续的调整优化，也预示着新能源汽车与传统燃油车将在科技创新中互相补充、长期共赢共存。公司在巩固自身传统燃油车优势业务的同时，也在大力拓展新能源车业务。因此，新能源车对传统燃油车的替代进程对发行人生产经营不存在重大不利影响。

新能源汽车产业快速发展对现有业务冲击的风险完善披露详见本回复问题5“四、（一）新能源汽车产业快速发展对现有业务冲击的风险”相关内容。

五、请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）提供上述事项的核查工作底稿。

（一）核查程序

针对上述事项，发行人会计师履行了如下核查程序：

1、查询并获取国际能源署、乘联会公开披露的文件，了解国际和国内新能源车市场发展趋势和竞争格局；

2、通过查询客户年度报告、易车网、Marklines 全球汽车信息平台等方式，获取发行人主要客户新能源车销量情况和市场占有率情况，查询新能源车领域新增客户的官网，了解其情况；

3、查询发行人产品终端车型对应的主要销售区域及品牌情况，通过Marklines 全球汽车信息平台查询相应品牌旗下主力车型情况、终端销售区域乘用车销量信息；

4、查询发行人报告期内新定点项目的明细，了解其情况；

5、获取发行人报告期各期末及 2025 年 9 月的在手订单，分析发行人经营业绩的持续能力。

（二）核查结论

经核查，发行人会计师认为：

1、全球新能源汽车市场竞争格局正在发生深刻变革，中国品牌通过技术创新与全球化战略逐步占据主导地位；国内新能源车市场行业资源向头部企业集中，整体竞争格局趋于复杂；公司依托传统能源汽车技术积累，深入布局新能源车领域，积极开拓新能源车领域新客户新产品；发行人新能源领域业绩增长具有可持续性；

2、发行人传统燃油车业务定点项目主要客户包括大众集团、上汽集团和上汽大众等，终端车型包括朗逸、Polo、途岳、新桑塔纳等主力车型，报告期内实

现的收入分别为 889.99 万元、766.42 万元、603.91 万元和 957.18 万元；报告期内公司传统燃油车因更新迭代而未重新下达定点信的新产品收入分别为 3,640.68 万元、15,883.28 万元、19,404.79 万元和 7,739.02 万元，与已下定点信的传统燃油车新产品金额合计分别为 4,530.67 万元、16,649.70 万元、20,008.70 万元和 8,696.20 万元。发行人新能源车业务定点项目主要客户包括上汽集团、法雷奥集团、大众集团、富特科技、理想汽车等，终端车型包括 TATA、五菱星光、小米 SU7、理想 L 系列等主力车型，报告期内实现的收入分别为 772.20 万元、3,176.80 万元、6,755.37 万元和 5,145.47 万元；定点产品数量上涨而在手订单同比下降的原因主要系口径差异，具备合理性；发行人新定点产品终端车型属于发行人客户的主力车型；获取项目定点后车型升级换代对发行人经营业绩的影响较小；

- 3、发行人产品终端应用车型大多数为各品牌旗下主力车型，相关车型销量水平较高，且对应的销售区域整体乘用车市场具有增长能力，发行人经营业绩具有可持续性，不存在期后业绩大幅下滑的风险；
- 4、新能源汽车产业快速发展对公司传统燃油车业务存在一定冲击，公司新能源车收入业务也随之增长较快，对发行人的生产经营不存在重大不利影响。

问题 4. 进一步说明毛利率变动合理性

根据申请文件及问询回复：（1）报告期内，公司主营业务毛利率分别为 10.15%、15.00% 和 16.49%，同行业公司毛利率平均值为 19.40%、20.76%（未披露同行业 2024 年毛利率数据）。（2）发行人外协转自产对 2023 年、2024 年毛利率贡献比例分别为 2.84%、1.19%；原材料价格变动对 2023 年、2024 年毛利率贡献比例分别为 1.56%、-2.02%。（3）经测算，在能源采购价格逐年下降的情况下，单位能源成本先降后升。

请发行人：（1）结合报告期内各期各细分产品销售单价及单位成本变动情况、产品竞争优势、市场供需情况、客户需求变动情况等进一步分析发行人与同行业公司同类产品毛利率是否存在重大差异及其合理性。（2）列示发行人外协采购金额占外协供应商销售收入的比例，结合外协供应商向其他客户的售价或公

开市场报价，说明外协采购价格是否公允，是否存在其他利益安排。（3）结合相同产品外协转自产单位成本（直接材料、直接人工、制造费用）差异情况、制造费用构成、原材料、能源采购价格变动情况等，说明成本费用核算是否准确，是否存在跨期情形，是否存在少计成本费用调节利润的情形。（4）量化分析原材料价格变动对发行人经营业绩的影响，说明发行人是否能有效应对原材料价格上涨风险并作风险提示。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，请保荐机构提供上述事项相关核查工作底稿。

一、结合报告期各期各细分产品销售单价及单位成本变动情况、产品竞争优势、市场供需情况、客户需求变动情况等进一步分析公司与同行业公司同类产品毛利率是否存在重大差异及其合理性。

回复：

经查询，同行业可比上市公司未披露细分产品收入成本数据，仅披露大类业务产品财务数据情况，故选取同行业可比公司相关大类业务产品进行对比。报告期内，公司主营业务收入分为铝合金精密压铸件和模具及附件两大类，各期毛利率及销售占比情况如下：

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比
铝合金精密压铸件	17.62	99.39	15.64	97.25	14.45	98.24	9.62	98.43
模具及附件	48.92	0.61	46.50	2.75	45.26	1.76	43.63	1.57
合计	17.81	100.00	16.49	100.00	15.00	100.00	10.15	100.00

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 10.15%、15.00%、16.49% 和 17.81%，公司综合毛利率受到铝合金精密压铸件的毛利率水平影响较大。公司与同行业可比公司同类产品毛利率对比分析如下：

1、铝合金精密压铸件毛利率水平与同行业可比公司对比情况及合理性分析

报告期内，公司主要产品为铝合金精密压铸件，其毛利率水平与同行业可比公司比较情况如下：

单位：%

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
爱柯迪	29.89	27.41	29.20	26.24
晋拓股份	-	14.88	16.41	19.10
旭升集团	17.94	17.53	22.14	21.54
文灿股份	-	12.70	15.22	18.63
嵘泰股份	-	20.81	18.92	20.75
广东鸿图	11.61	13.82	18.18	18.37
泉峰汽车	-	0.38	-0.08	9.45
鸿特科技	10.29	9.91	10.07	10.05
平均数	17.43	14.68	16.26	18.02
剔除泉峰汽车平均数	17.43	16.72	18.59	19.24
发行人	17.62	15.64	14.45	9.62

注 1：同行业可比公司可比产品毛利率数据来源于其年度报告和半年度报告，下同；

注 2：同行业可比公司自 2024 年起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 18 号》“关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理”规定，将原计入销售费用的三包服务费调整至营业成本进行核算。2022 年度和 2023 年度为追溯调整前数据；

注 3：同行业可比公司爱柯迪、晋拓股份、旭升集团、文灿股份、嵘泰股份、泉峰汽车为汽车类铝合金精密压铸件毛利率，2025 年 1-6 月晋拓股份、文灿股份、嵘泰股份、泉峰汽车未披露相关产品毛利率数据，下同

报告期内，公司铝合金精密压铸件毛利率分别为 9.62%、14.45%、15.64% 和 17.62%，其中，2022 年度明显低于同行业可比公司平均水平，2023 年至 2025 年 1-6 月逐渐回归行业均值。

公司毛利率水平与同行业可比公司平均水平逐渐接近，主要系：①基于经营规模扩大所带来的规模效应，生产效率提升，产品的边际成本降低；②公司启用设计更先进、布局更合理的新厂区，产能释放，外协逐步收回，使得生产场所、生产流程逐步得到较为明显的优化，带来生产效率及良品率的提升；③优化客户结构和销售订单，尤其在新能源三电领域，该类细分产品的毛利率实现显著改善；④公司加强生产精细化管理，通过优化模具设计、降低能耗水平等举措，持续降本增效，提升产品利润空间。

同行业可比公司的毛利率水平因其产品的应用领域、客户群体、成本管控等

方面的差异而处于不同的区间，剔除掉毛利率水平异常的泉峰汽车后，其他公司的平均毛利率水平总体上较为稳定，呈小幅下降趋势，主要系固定资产投资增速较快所致。

结合产品销售单价及单位成本变动情况、产品竞争优势、市场供需情况、客户需求变动情况等因素，公司与同行业可比公司的毛利率差异原因具体分析如下：

(1) 产品销售单价及单位成本变动情况

报告期内，公司铝合金精密压铸件的平均销售单价、平均单位成本及毛利率与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：元/件、%

公司名称	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
	平均销售单价	平均单位成本	毛利率	平均销售单价	平均单位成本	毛利率	平均销售单价	平均单位成本	毛利率	平均销售单价	平均单位成本	毛利率
爱柯迪	-	-	29.89	12.86	9.34	27.41	11.76	8.33	29.20	13.38	9.87	26.24
晋拓股份	-	-	-	12.29	10.46	14.88	12.09	10.11	16.41	12.13	9.82	19.10
旭升集团	-	-	17.94	110.98	91.52	17.53	104.35	81.24	22.14	104.84	82.25	21.54
文灿股份	-	-	-	77.19	67.39	12.70	61.53	52.16	15.22	64.72	52.67	18.63
嵘泰股份	-	-	-	74.22	58.78	20.81	75.69	61.37	18.92	69.28	54.9	20.75
广东鸿图	-	-	11.61	49.76	42.88	13.82	48.84	39.96	18.18	44.94	36.68	18.37
泉峰汽车	-	-	-	57.68	57.46	0.38	47.12	47.16	-0.08	31.98	28.96	9.45
鸿特科技	-	-	10.29	99.15	89.33	9.91	82.73	74.4	10.07	86.89	78.16	10.05
发行人	85.52	70.45	17.62	88.28	74.47	15.64	85.85	73.44	14.45	82.93	74.96	9.62

注：2025年1-6月部分同行业可比公司未披露具体产品单价、单位成本或相关毛利率数据

在产品定价方式上，公司以成本加成为报价基础，并综合考虑竞争因素、长期合作、订单规模等因素与客户协商确定价格，与同行业可比公司的定价方式基本一致。

公司及同行业可比公司产品的细分应用领域及产品结构存在差异，故平均销售单价及平均单位成本处于不同的区间，符合企业自身实际情况，具有商业合理性。此外，不同品牌的汽车整车厂在市场地位、产品质量要求、采购策略、采购

规模、价格敏感度等方面存在差异，一定程度上也造成产品定价的差异。

公司铝合金精密压铸件的应用领域及主要客户群体与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	主要产品的应用领域	主要客户群体
爱柯迪	主要产品包括汽车雨刮系统、汽车动力系统、汽车热管理系统、汽车转向系统、汽车制动系统及其他系统，新能源汽车三电系统、汽车结构件、汽车视觉系统等适应汽车轻量化、电动化、智能化需求的铝合金精密压铸件	以汽车零部件一级供应商为主，包括法雷奥、博世、麦格纳、电产、耐世特、大陆、克诺尔、马勒、吉凯恩、哈金森等
晋拓股份	汽车类零部件和工业类零部件，其中包括汽车安全零部件、汽车动力零部件、新能源汽车零部件、智能家居零部件、工业自动化及工业机器人零部件以及信息传输设备零部件等	以汽车零部件一级供应商为主，包括威巴克、法雷奥、哈金森、迪恩、住友理工等
旭升集团	公司产品主要聚焦于新能源汽车领域，涵盖多个汽车核心系统，包括传动系统、控制系统、悬挂系统、电池系统等	以整车厂为主。整车厂商包括特斯拉、Rivian、Lucid、理想、蔚来、小鹏、零跑、长城汽车、德国大众、北极星等；一级零部件供应商包括采埃孚、法雷奥、海斯坦普、宁德时代等
文灿股份	主要应用于传统燃油车和新能源汽车的发动机系统、变速箱系统、底盘系统、制动系统、车身结构领域及其他汽车零部件等	以整车厂为主。整车厂商包括大众、奔驰、宝马、奥迪、雷诺、特斯拉、蔚来汽车、理想汽车、小鹏汽车、广汽新能源、赛力斯、比亚迪、吉利、长城汽车等；一级零部件供应商包括采埃孚、博世、大陆、麦格纳、法雷奥、本特勒等
嵘泰股份	主要产品包括汽车转向系统、传动系统、制动系统等适应汽车轻量化、节能环保需求的铝合金精密压铸件	以汽车零部件一级供应商为主，包括博世、采埃孚、蒂森克虏伯、威伯科等
广东鸿图	业务主要包括精密轻合金零部件成型制造和汽车内外饰产品制造两大业务板块，精密轻合金零部件成型制造业务产品适用于燃油汽车、混动汽车、新能源汽车以及通讯和机电行业	以整车厂为主，包括本田、日产、丰田、通用、克莱斯勒、福特、奔驰、沃尔沃、大众、一汽、上汽、东风、广汽、吉利、长城、特斯拉、比亚迪、小鹏汽车、蔚来汽车、零跑汽车、哪吒汽车、宁德时代、麦格纳、加特可等
泉峰汽车	产品主要应用于中高端汽车的传动系统、引擎系统、转向与刹车系统、热交换系统以及新能源汽车的电机、电控系统等，其中燃油车动力系统零部件包括发动机正时零件、自动变速箱阀体、电磁阀零部件、离合器零部件、变速箱齿轮等	以汽车零部件一级供应商为主，包括博格华纳集团、法雷奥集团、大陆集团、华为等零部件供应商以及整车厂特斯拉、比亚迪、长城等

公司名称	主要产品的应用领域	主要客户群体
鸿特科技	主要产品包括油底壳总成、下缸体、变速箱外延室总成、发动机前盖总成、差速器等传统汽车零部件铝合金压铸件，以及减震塔、电池托盘、电机壳、逆变器壳体、冷却壳体、冷却盖板、电机盖板、DC/DC壳体、翼子板支架等汽车结构件及新能源汽车部件	以整车厂为主，包括福特、康明斯、奔驰、斯泰兰蒂斯、东本汽车、东本发动机、东风日产、长安福特汽车、长安马自达、北京福田康明斯、山西云内等
发行人	主要产品包括油底壳类和罩盖类等动力传动系统零部件、逆变器壳体和电机壳体等新能源三电系统零部件以及悬置支架等悬挂系统零部件	以整车厂及其负责发动机生产制造的子公司为主，包括大众集团、上汽集团、上汽大众、中国一汽、法雷奥集团、山东阿尔泰（现代汽车配套）、上汽通用和富特科技等

在产品应用领域上，公司的铝合金精密压铸件主要聚焦于油底壳、罩盖、变速箱等汽车动力传动系统领域，与广东鸿图、鸿特科技主要产品结构方面存在一定的相似之处，与其他同行业可比公司重合度较低；在客户群体上，公司与同行业可比公司具体客户的重合度较低。爱柯迪、嵘泰股份和旭升集团报告期内毛利率较高，主要系三家公司均具有自身突出的优势产品，拥有较高的产品定价权和谈判地位，爱柯迪优势产品为雨刮器，嵘泰股份为转向器壳体，旭升集团为向特斯拉提供新能源汽车的配套产品。

（2）产品竞争优势、市场供需情况、客户需求变动情况

①产品竞争优势

公司凭借着多年从事汽车铝合金精密压铸零部件的经验及较高的产品质量，获得客户的高度认可，先后获得大众集团“A 级供应商”、上汽通用汽车有限公司“质量优胜奖”、上汽大众汽车有限公司“优秀研发表现奖”和“优秀供应商入围奖”、上汽菲亚特红岩动力总成有限公司“卓越服务保障奖”、2018 年度大众一汽发动机（大连）有限公司“优秀供应商奖”、2021 年度法雷奥蓝谷新能源动力系统（常州）有限公司“优秀供应商奖”、2021 年度一汽-大众汽车有限公司“优秀供应商奖”、上海新动力汽车科技股份有限公司 2022 年至 2024 年“优秀质量奖”、2023 年度上汽通用五菱汽车股份有限公司“五菱进取奖”等荣誉奖项。

此外，根据英华检测（上海）有限公司、广电计量检测集团股份有限公司等第三方检测机构出具的检测报告，公司以下具体产品的部分性能与竞品比较情况

如下：

产品名称	项目	孔隙率	密封性
气缸盖罩	公司产品 1	1.72%	499.60KPa 压力下泄漏值 2.46cc/min
	竞品 1	1.95%	499.13KPa 压力下泄漏值 8.37cc/min
	客户要求	关键位置 5%， 其余位置 10%	500KPa 压力下泄漏值≤10cc/min
油底壳上体	公司产品 2	4.87%	400.30KPa 压力下泄漏值 0.612cc/min
	竞品 2	6.29%	399.80KPa 压力下泄漏值 5.277cc/min
	客户要求	关键位置 5%， 其余位置 10%	400KPa 压力下泄漏值≤7cc/min
OBC 壳体	公司产品 3	0.51%	152.36KPa 压力下泄漏值 4.85×10^{-7} mbar.L/s
	竞品 3	0.54%	156.34KPa 压力下泄漏值 4.18×10^{-5} mbar.L/s
	客户要求	5%	150KPa 压力下泄漏值 5×10^{-5} mbar.L/s

注：竞品生产厂商信息已申请豁免披露

由上表可知，公司生产制造的铝合金精密压铸件产品具有较强的市场竞争力，产品质量优异。

②市场供需情况

A、市场供应情况

近年来我国汽车行业发展与产业技术加速升级，部分汽车零部件生产制造企业已掌握精密零部件制造工艺和技术，推动我国汽车行业尤其是零部件行业向自主化深度迈进。此前的整车装配、基础零件、核心零件的合资模式正逐步转向高技术壁垒核心零部件的自主创新突破，外资汽车零部件企业（含其在华企业、合资主体）主导核心零部件领域的格局正逐渐被打破。我国汽车零部件自主化进程的持续深化，将为具备先进制造能力的我国汽车零部件供应商提供更大的发展机遇。

B、市场需求情况

报告期内，我国汽车销量总体呈增长态势，传统燃油车销量有所下降但仍占据主要市场份额，插电式混合动力汽车销量呈现快速增长趋势，已超过纯电动汽车增速，纯电动汽车销量增速有所放缓；我国汽车千人保有量年均增长率 5% 左右，汽车“以旧换新”政策带动汽车消费需求增长，我国汽车消费市场基数较大

且呈良好增长态势，汽车单车用铝量将不断增加，从而带动公司铝合金精密压铸件的市场需求增长。

公司和同行业可比公司市场竞争地位对比如下：

公司名称	市场竞争地位
爱柯迪	国内领先的汽车铝合金精密压铸件专业供应商
晋拓股份	减震零部件市场排名处于行业领先地位
旭升集团	是我国较早聚焦于新能源汽车产业链的精密铝合金零部件生产企业
文灿股份	在铝制车身结构件系统和一体化车身系统具有显著先发优势，在铝制刹车卡钳细分领域处于全球领导者地位
嵘泰股份	转向器壳体零部件市场排名处于行业领先地位
广东鸿图	国内领先的汽车铝合金精密压铸件专业供应商
泉峰汽车	在自动变速箱阀体、发动机钢制正时零件、电机壳体组件等细分产品领域具备较强的市场竞争力
鸿特科技	在新技术、新工艺及新材料应用等方面的技术革新及改造中积累了独具特色的领先优势
发行人	国内压铸行业较为领先的企业之一

总体来看，公司与同行业可比公司专注领域存在差异，相应市场竞争地位存在差异，故而毛利率存在一定差异。

③客户需求变动情况

根据行业惯例，汽车零部件供应商需要通过整车厂严格的合格供应商体系认证，才能与整车厂商建立正式合作关系，且从产品开发到批量供应往往需要经过较长的时间。公司均需要经过资质审查、验厂等一系列流程才能进入主要客户供应商体系。由于铝合金精密压铸件的性能（如强度、轻量化、耐腐蚀性等）需要与整车设计高度匹配，供应商需要配合客户完成材料选型、模具设计、工艺参数优化等一系列定制化开发工作，零部件还需要通过严苛的试验、耐久性测试等验证，并进行特定零部件的模具投资，前期总体投入成本较高。因此，客户在选择供应商时，一旦完成前期筛选并确定合作关系，通常会在整个产品生命周期内保持长期稳定的合作。

报告期内，公司通过多年的市场开拓和客户积累，公司已与上汽集团、大众集团、上汽大众、中国一汽以及法雷奥集团等主要客户建立长期稳定的合作关系。

其中上汽集团以及大众集团为上市公司，统计其营业收入以及净利润情况如下：

单位：亿元

序号	客户名称	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润
1	大众集团	13,145.48	332.45	24,432.64	806.83	25,328.94	1,258.49	20,727.11	1,103.56
2	上汽集团	2,943.36	83.19	6,140.74	58.33	7,261.99	200.60	7,209.88	228.43

注：上述信息来源于定期报告

由上表可知，**2022年至2024年**，公司主要客户大众集团和上汽集团营业收入受到市场需求变化的影响，呈先升后降的趋势，客户需求规模整体较大；**2025年1-6月大众集团和上汽集团营业收入同比有所上升。**

(3) 其他因素与同行业可比公司比较分析

以公司铝合金精密压铸件毛利率较同行业可比公司变动趋势和毛利率水平差异分析如下：

①毛利率变动趋势差异分析

公司名称	具体分析
爱柯迪	2023年度铝合金压铸件毛利率呈上升趋势，与公司变动趋势一致。2024年度毛利率下降，主要系当年度马来西亚工厂竣工并投入使用、铝合金原材料和锌合金压铸件部分产线开始生产，导致其单位收入耗用直接人工和制造费用等上升，从而导致该公司当期毛利率下降。 2025年1-6月毛利率上升，主要系海外市场收入占比提升以及墨西哥二期工厂进入量产爬坡阶段所致
晋拓股份	2022年至2024年 毛利率呈逐年下降趋势，主要系其新能源汽车零部件产品的产能仍处于爬坡区间，同时增设的新的产能设备已经开始折旧所致。同期营业收入增速低于固定资产扩张速度，进而引起该公司当期毛利率下降
旭升集团	2023年度毛利率较上年略有上升。2024年度毛利率下降，主要系其营业收入下降，同时布局新兴业务，固定资产投入继续增加所致。 2025年1-6月毛利率上升，主要系其外销收入占比提升以及产能利用率有所增加所致
文灿股份	文灿股份 2022年至2024年 毛利率下降主要系其新增重庆、安徽六安、广东佛山（二厂）、墨西哥制造基地投资带来的固定成本上升导致生产成本增加所致，此外，2023年度该公司还受到营业收入下降的影响
嵘泰股份	2022年至2024年 该公司单位收入所耗用的直接材料占比变动所致
广东鸿图	毛利率逐年下降，主要系其全资子公司广州鸿图和天津鸿图分别于2023年和2024年投产，并新增较多设备导致生产成本有所增加。此外，广东鸿图还受到客户结构变化、部分订单毛利率下降的影响，导致毛利率呈现逐年下降的趋势
泉峰汽车	毛利率下降主要系其新增安徽和匈牙利工厂投资带来的固定成本上升以及新项目处于产能爬坡期产品生产效率及直通率较低导致的变动成本有所增加所致

公司名称	具体分析
鸿特科技	鸿特科技 2023 年度毛利率较上年基本持平；2024 年度毛利率略有下降，系其新能源业务毛利率下降所致。 2025 年 1-6 月毛利率略有增加，主要系传统能源业务毛利率上升所致

由上表可知，报告期内同行业可比公司毛利率下降主要系固定资产投资增速较快所致。相比较而言，公司固定资产投资规模整体较小，各期末单位固定资产产生的收入水平高于行业平均水平，固定成本压力较小，随着公司产能的有效释放、营业收入规模的扩张以及加强生产精细化管理等因素的影响，公司毛利率整体呈上升趋势，具有合理性。

②毛利率水平分析

2022 年度公司铝合金精密压铸件毛利率较同行业可比公司差异较大，主要系：A、公司控股股东湖州产投 2020 年 12 月收购公司控制权之后，根据公司实际情况和汽车行业发展趋势，对公司的发展战略、经营管理等方面实施了一系列变革措施，且 2022 年公司同时经历了敢山路新厂区建设和老厂区搬迁，公司经营管理和生产线处于不断磨合过程中，对公司的生产管理成本产生了一定的影响；B、2022 年公司经营规模仍相对较小，受到全球公共卫生事件以及原材料价格大幅波动等因素的影响较大，公司产品生产成本相对较高。

2023 年度以来，公司毛利率水平向同行业可比公司水平的持续提升和接近，主要系：A、基于经营规模扩大所带来的规模效应，生产效率提升，产品的边际成本降低；B、公司启用设计更先进、布局更合理的新厂区，产能释放，外协逐步收回，使得生产场所、生产流程逐步得到较为明显的优化，带来生产效率及良品率的提升；C、优化客户结构和销售订单，尤其在新能源三电领域，该类细分产品的毛利率实现显著改善；D、公司加强生产精细化管理，通过优化模具设计、降低能耗水平等举措，持续降本增效，提升产品利润空间。

综上所述，公司铝合金精密压铸件产品 2022 年度毛利率与同行业可比公司存在差异，具有合理性；2023 年至 2025 年 1-6 月毛利率水平逐渐回归至行业平均水平，与同行业可比公司平均水平不存在重大差异，具有合理性。

2、模具及附件毛利率水平与同行业可比公司对比情况及其合理性分析

报告期内，公司模具及附件收入占主营业务收入的比例分别为 1.57%、1.76%、2.75% 和 0.61%，占比整体较低，通常为公司获取量产订单前的业务收入，同行业可比公司的相关产品收入占比亦较低。公司毛利率与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：%

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
爱柯迪	-	-	-	-
晋拓股份	-	49.80	40.93	43.03
旭升集团	49.70	54.54	61.02	62.97
文灿股份	-	-	-	-
嵘泰股份	-	47.70	69.89	68.78
广东鸿图	-	-	-	-
泉峰汽车	-	-	-	-
鸿特科技	-	-	-	-
平均数	49.70	50.68	57.28	58.26
发行人	48.92	46.50	45.26	43.63

注 1：2022 年至 2024 年，同行业可比公司爱柯迪、文灿股份、广东鸿图、泉峰汽车、鸿特科技未披露模具及附件毛利率数据；

注 2：除旭升集团外，2025 年 1-6 月同行业可比公司未披露模具及附件毛利率数据

模具及附件系按照客户要求设计和定制，具有独特性和专用性，不同模具及附件在工艺复杂程度、开发周期、材料耗用等方面存在差异，毛利率相应也有所差异，总体差异较小。

报告期内，公司模具及附件毛利率低于同行业可比公司平均水平，与晋拓股份毛利率较为相近。公司的模具及配件业务系根据客户需求进行设计并委托相关供应商制造，晋拓股份与公司的业务模式较为接近，二者毛利率水平差异较小；旭升集团和嵘泰股份具有模具设计和自主生产能力，毛利率水平相应较高。

因此，公司模具及附件毛利率低于同行业可比公司平均水平，具有合理性。

综上所述，公司与同行业可比公司同类产品毛利率存在差异，符合公司实际情况，具有合理性。

二、列示发行人外协采购金额占外协供应商销售收入的比例，结合外协供应商向其他客户的售价或公开市场报价，说明外协采购价格是否公允，是否存在其他利益安排。

回复：

1、发行人外协采购金额占外协供应商销售收入的比例

报告期内，公司主要外协供应商采购金额及占该外协供应商当期销售收入的比例情况如下：

单位：万元

供应商名称	主要工序	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		采购金额	占该供应商销售收入比例	采购金额	占该供应商销售收入比例	采购金额	占该供应商销售收入比例	采购金额	占该供应商销售收入比例
浙江华力汽车配件科技有限公司	压铸、机加工	-	-	97.09	0.34%	888.34	8.19%	1,850.43	25.80%
浙江恒耀汽车配件科技有限公司	机加工	-	-	-	-	150.27	3.00%	351.46	13.22%
湖州众焱机械有限公司	机加工	-	-	63.40	57.64%	142.52	58.17%	123.82	51.59%
吴江正大模具铸造有限公司	压铸	-	-	-	-	13.80	1.33%	305.36	20.78%
苏州嘉都机械科技有限公司	压铸、机加工	-	-	-	-	25.91	-	431.72	-
湖州大洋供应链管理有限公司	装配	62.38	3.29%	148.06	3.41%	118.33	2.97%	25.80	0.63%
合计		62.38	-	308.55	-	1,339.17	-	3,088.58	-
占发行人当期外协采购金额的比例		100.00%	-	78.64%	-	90.75%	-	91.56%	-

注：公司与苏州嘉都机械科技有限公司已终止合作，无法获取其销售收入和业务数据

由上表可知，报告期内，除湖州大洋供应链管理有限公司外，公司对主要外协供应商采购额及占其当期销售收入的比例总体呈下降趋势。公司委托湖州大洋供应链管理有限公司为公司与终端客户现代坦迪斯之间的业务提供装配加工服务，随着公司对山东阿尔泰、现代坦迪斯的销售收入增长，公司对湖州大洋供应链管理有限公司的采购额占其各期销售收入的比例总体呈上升趋势，但占比整体较小。

2、公司外协供应商对其他客户的服务报价值情况

公司外协加工的产品具有定制化、种类及规格型号众多的特点，外协供应商为公司和其他客户加工的产品规格型号不同，加工或服务价格不具有可比性。通过对对比外协供应商在压铸、机加环节中，使用相同吨位压铸机、型号加工中心设备的情况下对公司以及其他客户的报价情况，分析外协采购价格公允性。

报告期内，湖州大洋供应链管理有限公司为公司提供装配服务，未对其他客户提供类似服务，无法获取其对其他客户的相关服务报价水平。主要外协供应商对公司及其他客户的报价情况如下：

(1) 压铸

外协供应商	报价对象	压铸机 吨数	压铸环节费率			费用利润加成	
			压铸合模 费标准成 本(元/模)	清理及抛丸 标准成本 (元/小时)	运输费用 标准成本 (元/筐)	整体费 用加成 比例	利润 加成 比例
浙江华力 汽车配件 科技有限 公司	其他客户	1250T	19-22	58-64	52-59	3%	5%
	发行人	1250T	20.00	60.00	55.00	3%	5%
吴江正大 模具铸造 有限公司	其他客户	800T	11-12	55-63	54-61	3%	5%
	发行人	800T	11.00	60.00	55.00	3%	5%

(2) 机加工

外协供应商	报价对象	加工中心型号	机加环节费率		费用利润加成	
			机加费用标 准成本(元/ 小时)	运输费用 标准成本 (元/筐)	整体费 用加成 比例	利润 加成 比例
浙江华力汽车 配件科技有限 公司	其他客户	立式加工中心	38-44	52-59	3%	5%
	发行人	立式加工中心	40.00	55.00	3%	5%
浙江恒耀汽车 配件科技有限 公司	其他客户	立式加工中心	37-43	28-31	3%	5%
	发行人	立式加工中心	40.00	30.00	3%	5%
湖州众焱机械 有限公司	其他客户	立式加工中心	37-42	28-32	3%	5%
	发行人	立式加工中心	40.00	30.00	3%	5%

由上表可知，报告期内公司不同外协供应商在相同工序、使用相同吨位或相同型号加工中心情况下，其加工标准成本以及费用、利润加成差异较小。不同外

协供应商不同产品的加工价格存在一定差异，主要受工序、耗用的标准生产工时、加工设备、供货量等因素的影响所致。

3、外协加工费第三方询价情况

公司对外协主要产品的加工费向第三方进行询价，具体报价情况如下：

(1) 压铸环节对比其他供应商加工费的报价水平

单位：元/件

物料代码	第三方供应商 平均报价（不含税）	发行人外协供应商 报价（不含税）	差异率
11.02.0029	21.37	20.46	-4.26%
11.03.0045	27.19	25.92	-4.67%
11.04.0171	27.19	25.74	-5.33%
11.02.0015	11.97	11.18	-6.56%
11.03.0034	15.39	14.98	-2.66%

注 1：上述第三方供应商系浙江德易精密机械有限公司和湖州明华汽车部件有限公司，下同；

注 2：发行人外协供应商的报价系报告期内的平均采购价格，下同

(2) 机加环节对比其他供应商加工费的报价水平

单位：元/件

物料代码	第三方供应商 平均报价（不含税）	发行人外协供应商 报价（不含税）	差异率
10.02.0009	6.36	6.74	5.97%
10.03.0037	7.29	7.35	0.89%
10.02.0015	5.28	5.03	-4.64%
10.04.0115	1.74	1.66	-4.60%
10.04.0200	2.83	2.73	-3.36%

由上表可知，第三方供应商对公司的平均报价水平与公司外协供应商的报价水平差异较小，公司外协采购价格公允。

(3) 装配环节对比招投标中其他供应商的报价水平

报价单位	零件名称	零件号	报价（元/件）
海宇国际货运代理（苏州）有限公司日照分公司	变速箱壳体总成	48230-2H000	8.17
		48230-2H300	8.17

报价单位	零件名称	零件号	报价(元/件)
日照新鼎祥物流有限公司	变速箱后盖总成	48220-2H000	4.84
	变速箱壳体总成	48230-2H000	8.43
		48230-2H300	8.43
发行人外协供应商	变速箱后盖总成	48220-2H000	7.18
	变速箱壳体总成	48230-2H000	6.71
		48230-2H300	6.71
	变速箱后盖总成	48220-2H000	5.27

注：报价包括运输、仓储以及装配在内的综合性服务费用

在采购招投标过程中，湖州大洋供应链管理有限公司以最低价并综合其他招投标评价因素，最终成为本次采购的中标人。因本次采购服务需求量较大，且需同时提供运输、仓储以及装配服务，定制化程度较高，故各家供应商报价存在一定差异，具有合理性。

综上所述，报告期内，公司外协业务的采购价格公允或定价具有合理性，不存在其他利益安排。

三、结合相同产品外协转自产单位成本（直接材料、直接人工、制造费用）差异情况、制造费用构成、原材料、能源采购价格变动情况等，说明成本费用核算是否准确，是否存在跨期情形，是否存在少计成本费用调节利润的情形。

回复：

1、铝合金精密压铸件产品单位成本及结构情况

报告期内，铝合金精密压铸件产品销售收入及毛利占比超 90%，其单位成本及构成情况如下：

单位：元/件、%

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
单位直接材料	41.51	58.92	43.52	58.44	42.01	57.20	41.64	55.56
单位直接人工	11.79	16.74	12.00	16.12	11.18	15.22	11.36	15.16
单位制造费用等	17.15	24.34	18.95	25.44	20.25	27.58	21.96	29.28
合计	70.45	100.00	74.47	100.00	73.44	100.00	74.96	100.00

报告期内，公司铝合金精密压铸件单位成本构成中单位直接材料金额先升后降，占比呈现逐年上涨趋势；单位直接人工金额保持相对稳定，占比有所上升；单位制造费用等金额及占比呈现逐年下降趋势，具体分析如下：

（1）单位直接材料成本

报告期内，公司铝合金精密压铸件单位成本构成中直接材料占比分别为 55.56%、57.20%、58.44% 和 58.92%，呈现增长趋势。2023 年度直接材料占比上升，主要系随着规模效应、生产效率及产品良品率提升，单位制造费用相应下降所致；此外，2024 年度还受到铝合金锭采购价格上涨等因素的影响，导致公司直接材料占比进一步上升；**2025 年 1-6 月规格型号相对较小的支架类产品的销量占比提升，从而引起整体单位直接材料成本金额有所下降。**

报告期内，公司主要原材料铝合金锭平均采购单价和变动幅度情况如下：

单位：元/千克

原材料	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价
铝合金锭	17.84	1.36%	17.60	5.01%	16.76	-3.62%	17.39

公司铝合金锭的采购价格主要参考大宗材料市场价格，并与供应商协商确定。2022 年以来我国铝合金锭现货价格走势情况如下图所示：



数据来源：同花顺 iFinD、上海有色金属网

报告期内，公司原材料采购价格变动与市场价格变化基本一致。

(2) 单位直接人工

报告期内，公司铝合金精密压铸件单位直接人工金额保持相对稳定，占比有所上升，主要系随着敢山路新厂区建成与投产，公司自主加工能力提升，外协加工采购规模下降所致。

(3) 单位制造费用等

报告期内，单位制造费用等金额及占比呈现逐年下降趋势，主要系公司外协加工采购规模逐年下降，而同期公司营业收入规模扩大，规模效应提升较为显著；同时，随着敢山路新厂区的生产线经过磨合期之后，公司生产效率得到一定提升，公司同步亦加强了生产精细化管理，产品良品率相应提高所致。

2、制造费用构成情况

报告期内，公司计入生产成本中的制造费用主要构成如下：

单位：万元、%

明细	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
折旧摊销	2,730.70	5.72	5,247.97	5.76	5,134.22	5.55	3,700.02	4.80
能源消耗	2,151.75	4.50	4,451.14	4.89	4,628.70	5.01	4,128.92	5.35
机物料消耗	2,315.67	4.85	4,855.12	5.33	5,583.73	6.04	3,856.03	5.00
修理维护费	484.31	1.01	997.31	1.09	1,291.88	1.40	989.71	1.28
外协加工费	62.38	0.13	384.21	0.42	1,463.82	1.58	3,366.39	4.36
废品损失	161.39	0.34	364.98	0.40	314.49	0.34	353.57	0.46
安全生产费	209.93	0.44	523.06	0.57	610.46	0.66	520.02	0.67
其他	126.71	0.27	290.46	0.32	323.93	0.35	890.38	1.15
合计	8,242.84	17.25	17,114.25	18.78	19,351.23	20.93	17,805.04	23.08

(1) 折旧摊销

折旧及摊销主要为厂房、生产设备的折旧以及土地使用权摊销等。报告期内，公司折旧及摊销费用呈现逐年增长趋势。2023 年度公司折旧及摊销费用增加较多，主要系公司 2022 年度新厂区建成和购置的生产设备陆续投入使用所致。

(2) 能源消耗

能源消耗主要为电力、天然气。报告期内，公司能源消耗分别为 4,128.92 万元、4,628.70 万元、4,451.14 万元和 2,151.75 万元，呈先升后降趋势。2023 年度能源消耗增加主要受公司敢山路厂区建成投产以及产能逐步释放、经营规模扩大影响所致。2024 年度能源消耗同比略有下降，主要系产品产量以及能源采购价格下降所致。**2025 年 1-6 月能源消耗略有下降，主要系能源采购价格下降所致。**

公司主要能源平均采购单价、产量以及单位能源成本列示如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
电力平均采购单价（元/千瓦时）	0.61	-8.96%	0.67	-2.90%	0.69	-6.76%	0.74
天然气平均采购单价（元/立方米）	3.56	-1.93%	3.63	-6.92%	3.90	-9.30%	4.30
铝合金精密压铸件收入（万元）	46,113.65	-	86,191.07	-2.70%	88,584.27	19.27%	74,272.00
单位铝合金精密压铸件收入消耗的能源成本（元）	0.0467	-9.64%	0.0516	-1.17%	0.0523	-6.01%	0.0556
产量（万件）	523.97	-	969.22	-8.08%	1,054.42	19.16%	884.87
单位能源成本(元/件)	4.11	-10.53%	4.59	4.62%	4.39	-5.92%	4.67

注：单位铝合金精密压铸件收入消耗的能源成本=制造费用中能源消耗成本/铝合金精密压铸件收入；单位能源成本=制造费用中能源消耗成本/铝合金精密压铸件产量

报告期内，公司能源平均采购单价下降，主要系浙江省持续推进电力市场化交易，通过设置封顶价格等一系列举措为当地工商企业降低电价。2023 年 4 月 1 日起，浙江省发改委不再核定天然气省级门站价格，采取上下游价格联动机制，天然气价格有所下降。

2024 年度公司单位能源成本同比增加，主要系公司铝合金精密压铸件细分产品结构变化，单位重量较大、加工较为复杂的变速箱壳体、OBC 壳体等产品的产量占比提升，进而导致公司总产量下降相对较快，单位能源成本相应增加。

2025 年 1-6 月公司单位能源成本下降，主要系公司能源平均采购单价有所

下降；同时，当期规格相对较小的支架类产品的销量占比提升拉低了单位能源成本。

报告期内，公司单位铝合金精密压铸件收入消耗的能源成本与能源平均采购单价的变动趋势基本一致。

因此，公司在能源平均采购单价逐年下降的情况下，单位能源成本**变动**具有合理性。

（3）机物料消耗

机物料消耗包括生产过程中耗用的辅助生产材料以及模具、刀具、检具和夹具等低值易耗品。报告期内，公司机物料消耗金额分别为 3,856.03 万元、5,583.73 万元、4,855.12 万元**和 2,315.67 万元**，呈先升后降趋势。2023 年度公司新厂区处于产能爬坡期，机器设备初始投入和消耗的机物料较多，同时，公司逐步加强了生产精细化管理，产品良品率水平较上年度进一步提升，**2024 年度和 2025 年 1-6 月**公司机物料消耗成本相应有所下降。

（4）外协加工费

报告期内，外协加工费的金额分别为 3,366.39 万元、1,463.82 万元、384.21 万元**和 62.38 万元**，呈现逐年下降趋势。随着公司新厂区建成投产，机器设备投入和更新，公司产能逐步释放，外协规模相应持续下降，外协加工业务逐步转为公司自主生产，直接人工和制造费用中折旧摊销、能源消耗、机物料消耗相应存在此增彼减联动变化的情况。

（5）修理维护费

修理维护费包括对生产设备、模具的修理维护支出。报告期内，公司修理维护费金额分别为 989.71 万元、1,291.88 万元、997.31 万元**和 484.31 万元**，呈先升后降趋势。2023 年度修理维护费增加，主要系敢山路新厂区投产以后，2023 年公司对老旧机器设备进行集中维修所致。

（6）其他制造费用

公司其他制造费用主要为厂房租赁费以及搬迁费，报告期各期，其他制造费

用的金额分别为 890.38 万元、323.93 万元、290.46 万元和 126.71 万元。2023 年度其他制造费用下降较多，主要系公司新竹路厂区机器设备搬迁至敢山路新厂区之后，公司厂房租金以及搬迁成本支出减少 572.21 万元。

综上，公司制造费用变动情况与实际生产经营情况相符，变动具有合理性。

3、相同产品外协转自产单位成本差异情况

(1) 收回外协对毛利率的整体影响

随着公司新厂房建成投产，机器设备投入和更新，公司产能逐步释放，外协加工业务逐步转为公司自主生产，外协加工费逐渐减少，但是生产投入中直接人工、折旧摊销、能源消耗以及机物料消耗等其他制造费用相应存在此增彼减联动变化的情况。上述成本因素变动情况如下：

单位：万元

明细	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
直接人工	6,359.44	-	11,717.69	1.57%	11,536.26	13.34%	10,178.02
折旧摊销	2,730.70	-	5,247.97	2.22%	5,134.22	38.76%	3,700.02
能源消耗	2,151.75	-	4,451.14	-3.84%	4,628.70	12.10%	4,128.92
机物料消耗	2,315.67	-	4,855.12	-13.05%	5,583.73	44.81%	3,856.03
外协加工费	62.38	-	384.21	-73.75%	1,463.82	-56.52%	3,366.39
小计	13,619.94	-	26,656.13	-5.96%	28,346.73	12.36%	25,229.38

注：折旧摊销、能源消耗、机物料消耗和外协加工费为生产成本中的发生额

由上表可知，2023 年度公司外协加工费下降，同期直接人工、折旧摊销以及机物料消耗相应增加较多。2024 年度能源消耗和机物料消耗变动原因详见本题回复“三、2、制造费用构成情况”相关内容。整体来看，2022 年至 2024 年，机物料消耗增幅为 25.91%，大于同期营业收入增幅 18.12%，主要系敢山路新厂区投产以及收回外协等因素综合影响所致，具有合理性。

(2) 收回外协对主要产品单位成本变动的影响

2022 年至 2024 年外协加工费变动较大，随着新厂区的产能逐步建成投产，公司存在收回外协业务的情形，故对比分析上述期间公司收回外协业务对主要

产品单位成本变动的影响。

①2022 年至 2024 年，公司涉及外协业务收回的主要产品单位成本变动情况如下：

序号	物料代码	年度	单位成本	单位：元/件					
				其中：单位直接材料	其中：单位直接人工	其中：单位制造费用-外协加工费	其中：单位制造费用-外协以外的制费	单位工费变动幅度（%）	
1	产品 1	2024	97.06	58.84	12.03	0.03	26.17	-6.85	
		2023	99.13	58.08	11.58	5.33	24.14	-12.49	
		2022	107.48	60.58	12.82	19.06	15.02	-	
2	产品 2	2024	97.74	59.64	11.93	0.02	26.16	-5.49	
		2023	99.83	59.51	11.96	3.20	25.15	-12.71	
		2022	108.31	62.12	12.88	19.11	14.20	-	
3	产品 3	2024	94.93	68.11	8.62	-	14.95	-9.72	
		2023	97.32	66.99	8.70	0.65	16.76	-17.92	
		2022	106.04	69.11	9.55	7.36	14.90	-	
4	产品 4	2024	77.85	51.47	10.70	-	13.19	-7.20	
		2023	80.92	52.02	10.56	0.23	14.96	-13.45	
		2022	87.01	53.39	11.38	6.78	11.58	-	
5	产品 5	2024	76.26	50.68	8.23	-	14.23	-10.41	
		2023	79.63	50.52	8.11	0.99	15.97	-14.03	
		2022	88.33	55.13	9.06	3.34	16.76	-	
6	产品 6	2024	104.27	78.84	9.09	-	14.64	-8.42	
		2023	109.13	78.11	9.41	1.50	14.99	-19.58	
		2022	118.20	80.90	10.64	11.42	10.16	-	
2024 年度单位直接人工和制费平均变动幅度								-8.02	
2023 年度单位直接人工和制费平均变动幅度								-15.03	

注 1：涉及外协业务收回的主要产品指按照单体法人客户统计口径，报告期各年度销售收入前十大产品中单位外协费逐渐减少的产品；

注 2：单位成本包括单位直接材料、单位直接人工、单位制造费用以及单位运输及仓储费，下同；

注 3：上述产品的物料代码已申请豁免披露，下同

②2022 年至 2024 年，公司不涉及外协加工的主要产品单位成本变动情况如下：

单位：元/件

序号	物料代码	年度	单位成本	其中：单位直接材料	其中：单位直接人工	其中：单位制造费用	单位工费变动幅度（%）	
1	产品 7	2024	95.29	57.33	11.83	26.13	-5.44	
		2023	97.01	56.87	11.63	28.51	-12.04	
		2022	100.30	54.66	12.31	33.33	-	
2	产品 8	2024	117.76	77.09	12.71	27.02	-7.85	
		2023	118.47	74.07	12.91	30.20	-13.43	
		2022	132.72	80.75	13.71	36.09	-	
3	产品 9	2024	72.39	37.50	13.48	21.40	-3.34	
		2023	71.02	34.94	13.16	22.93	-	
		2022	-	-	-	-	-	
4	产品 10	2024	70.91	36.04	13.56	21.31	-1.58	
		2023	69.94	34.50	12.60	22.83	-	
		2022	-	-	-	-	-	
5	产品 11	2024	117.43	77.38	12.71	26.25	-8.99	
		2023	120.71	76.42	12.88	29.94	-16.72	
		2022	133.28	79.41	11.44	39.96	-	
6	产品 12	2024	161.90	58.66	72.74	27.71	-3.79	
		2023	161.80	57.38	68.43	35.98	-2.47	
		2022	170.97	57.47	68.14	38.92	-	
7	产品 13	2024	107.28	69.30	11.41	25.71	-12.09	
		2023	111.27	67.86	12.13	30.10	-12.65	
		2022	123.76	73.02	12.92	35.42	-	
2024 年度单位直接人工和制费平均变动幅度							-6.15	
2023 年度单位直接人工和制费平均变动幅度							-11.46	

注：不涉及外协加工的主要产品指按照单体法人客户统计口径，报告期各年度销售收入前十大产品中不涉及外协加工的产品

2023 年度和 2024 年度，剔除存在前后年度无销售及运输方式变更的产品影响外，公司主要产品中收回外协的产品单位直接人工和制造费用平均下降比例为 15.03% 和 8.02%，不存在外协的产品单位直接人工和制造费用平均下降比例为 11.46% 和 6.15%，对比可以看出，收回外协的产品成本降幅度更为显著，表明收回外协业务对公司成本管控具有一定的积极作用。

4、成本费用的核算方法

(1) 成本核算方法

公司营业成本包括直接材料、直接人工、制造费用和运输及仓储费，具体的归集、分配、结转方法如下：

项目	核算方法
直接材料	直接材料为核算公司生产过程中所消耗的直接用于产品生产的原材料，包括铝合金锭等材料，公司根据各规格型号产品实际耗用的材料重量，采用月末一次加权平均法核算归集并分配材料成本
直接人工	直接人工为核算公司直接从事产品生产的人员实际发生的薪酬，按照各规格型号的产品耗用的标准人工工时进行分配
制造费用	制造费用为核算公司生产产品而实际发生的各项间接生产费用，包括设备折旧、水电费、辅料消耗、委外加工费等，按照各规格型号的产品耗用的标准机器工时进行分配
运输及仓储费	运输及仓储费为核算公司销售产品所发生的运输费用、中转仓库仓储费等，根据相关产品销售收入情况进行分配

公司在产品确认销售时结转成本，除运输及仓储费外，其他产品成本采用月末一次加权平均法，按照产品销售数量及加权平均成本进行结转；运输及仓储费直接计入主营业务成本。

(2) 成本核算方法与同行业的对比情况

项目	核算方法
爱柯迪	直接材料：直接材料系生产过程中所消耗的、直接用于产品生产的各种原材料及辅助材料等，主要包括:铝合金、铸铁件和组件、其他材料。直接材料以产品定义中的 BOM 用量为基础，制造中心根据生产计划确定生产用量，使用部门填写生产领料单后由指定人员领料，仓储部门严格按生产领料单发料，办理出库手续;生产车间多余物料由使用部门填写红字领料单，注明“退料”，交仓储部门办理退料手续，整个领用料过程均在 MES 系统中形成数据链条，增强了整个制造环节的可控性；财务部每月对汇总的实际生产领料单、红字领料单和库存结存数进行核对，审核无误后采用月末一次加权平均法对直接材料成本进行归集；然后按各产品铸件重量(铝合金)或 BOM 用量(其他非铝合金材料)进行分配，并通过 ERP 系统自动完成直接材料的成本计算； 直接人工：直接人工系应计提的生产人员职工薪酬。公司人力资源部根据《薪酬管理制度》、《绩效管理制度》，以各车间日员工工时统计表、产量统计表和工时定额为基础，每月对员工进行绩效考核后编制员工工资计算明细表；经财务部复核后，按员工归属将生产人员工资按生产车间进行归集，然后按各产品生产加工量进行分配，并通过 ERP 系统完成直接人工的成本计算； 制造费用：制造费用系为生产产品而发生的各项间接生产费用，具体内容包括工资、社保、水电费、燃气费、修理费、零星加工费、物料消耗、折旧费、模具费、委托加工费以及其他制造费用等。根据公司制订的《费用报销管理制度》《机物料管理制度》《工装管理程序》《模具管理办法》和《固定资产管理制度》等制度规定，结合公司实际情况，对制造费用进行归集、分配、结转。

项目	核算方法
	产管理制度》等制度，采用权责发生制原则对上述费用进行归集，然后按各产品的生产加工量进行分配，并通过 ERP 系统完成制造费用的成本计算
晋拓股份	未披露
旭升集团	该公司采用标准成本法进行成本核算。公司分产品对处于不同生产阶段的在产品和产成品制定其直接材料、人工支出、制造费用及外协费用的标准成本，并对实际发生的共同费用按照标准成本进行分摊。公司工程部提供各产品生产各阶段耗用的材料、人员工时等具体生产信息，财务部结合生产信息和材料采购价格、生产人员薪酬等价格信息，制定各产品、各阶段、各类别的标准成本。公司采用月末一次加权平均法核算当期销售产品的成本，并按月计入营业成本
文灿股份	<p>①压铸件成本核算方法和程序、固定费用的分摊方法：</p> <p>该公司压铸件产品的生产主要分为四个工序，即压铸(含熔料、压铸成型)、后加工(含铸件清理、热处理)、精加工、表面处理(含清洗、测漏、装配、产品检验、包装)。</p> <p>该公司营业成本核算适应生产工序的特点，采用分步法进行。</p> <p>A、压铸工序</p> <p>a、该工序的直接材料成本主要为铝合金和配件。铝合金按照各产品的定额消耗量为标准进行分配；因配件与具体产品具有直接对应关系，配件直接计入到具体产品成本；</p> <p>b、该工序的直接人工按照各产品的定额工资为标准进行分配；</p> <p>c、该工序的制造费用主要为物料消耗、折旧费、电费、燃气费、间接人工等各项间接费用。物料消耗和折旧费按照各产品循环时间进行分配；电费先根据生产设备功率占压铸车间机器设备总功率的比例分摊电费，在此基础上根据产品循环时间进行分配；燃气费按照各产品的重量进行分配；间接人工按照各产品定额工资进行分配。</p> <p>B、后加工工序</p> <p>该工序的生产成本主要为人工成本，直接人工和间接人工按照各产品定额工资分别分配至具体产品的直接人工和制造费用中。其他制造费用主要按各产品的重量进行分配。</p> <p>C、精加工工序</p> <p>该工序的生产成本主要为直接人工和制造费用。直接人工按照各产品的定额工资为标准进行分配。该工序制造费用主要为物料消耗、折旧费、电费、间接人工等各项间接费用。物料消耗、折旧费、电费按照各产品循环时间进行分配；间接人工按照各产品定额工资进行分配。</p> <p>D、表面处理工序</p> <p>该工序的直接材料主要为配件和包材。因配件与具体产品具有直接对应关系，配件直接计入到具体产品成本中；包材费按各产品重量分配计入产品成本中。</p> <p>该工序的直接人工按照各产品的定额工资为标准进行分配。该工序制造费用主要为物料消耗、间接人工等各项间接费用。物料消耗按照各产品的重量进行分配；间接人工按照各产品定额工资进行分配</p>
嵘泰股份	<p>直接材料的归集和分配：该公司原材料以实际成本入库，生产部门根据物流部的生产计划形成生产订单，生产人员根据生产订单及物料清单进行领料出库，财务部按照领料单归集各产品原材料领用量，并在各月末采用月末移动加权平均法计入原材料价格，将原材料成本计入相应的产品成本中。</p> <p>直接人工的归集和分配：按车间归集人工成本，以各产品对应生产设备实际报工工时为基础在各产品之间分配；各产品人工成本按约当产量法在完工成品与在产品之间进行分配。</p> <p>制造费用的归集和分配：按车间归集制造费用，以各产品对应生产设备实际</p>

项目	核算方法
	报工工时或生产工具使用次数为基础在各产品之间分配;各产品制造费用按约当产量法在完工成品与在产品之间进行分配
广东鸿图	未披露
泉峰汽车	未披露
鸿特科技	未披露

注：上述信息来源于同行业可比公司招股说明书

由上表可知，公司成本核算方法与同行业可比公司无较大差异。

综上所述，公司成本归集和分配、计量确认与结转准确，成本核算方法与同行业可比公司无较大差异，符合企业会计准则规定，成本核算准确。

5、成本费用跨期情况

报告期内，公司制定了《采购管理制度》《委外控制程序》《财务收支审批办法》《财务管理制度》《设备管理制度》《资金预算管理办法》等一系列内控管理制度，明确了各项成本的管理要求、审批流程及核算方法，以保证成本核算完整、准确。

报告期内，公司对成本费用中已发生未到票的费用进行了暂估和预提，针对成本费用跨期事项已进行自查和整改，公司本次申报的财务报表已真实、准确、完整反映公司成本费用情况，不存在跨期和少计成本费用调节利润的情形。

综上所述，公司随着收回外协加工业务，直接人工和制造费用中折旧摊销、能源消耗、机物料消耗相应存在此增彼减联动变化的情况；制造费用变动符合公司实际生产经营情况，具有合理性；公司本次申报的财务报表已真实、准确、完整反映公司成本费用情况，不存在跨期和少计成本费用调节利润的情形。

四、量化分析原材料价格变动对公司经营业绩的影响，说明发行人是否能有效应对原材料价格上涨风险并作风险提示。

回复：

1、量化分析原材料价格变动对公司经营业绩的影响

报告期内，公司产品直接材料占公司主营业务成本的比例超 55%，主要原材料为铝合金锭。各期铝合金锭平均采购单价和变动幅度情况如下：

单位：元/千克

原材料	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价	变动幅度
铝合金锭	17.84	1.36%	17.60	5.01%	16.76	-3.62%	17.39	-

公司铝合金锭的采购价格主要参考大宗材料市场价格，并与供应商协商确定。该原材料采购价格波动主要受市场价格变化所致，铝合金锭作为有色金属大宗商品，价格的市场化程度较高，主要受到经济周期、市场供求等各因素的影响。2022年以来我国铝合金锭现货价格走势情况如下图所示：



数据来源：同花顺 iFinD、上海有色金属网

报告期内，公司原材料采购价格变动与市场价格变化趋势一致，原材料价格波动对公司主营业务的毛利率影响如下：

单位：万元、元/千克

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
主营业务收入 a	46,396.39	88,627.76	90,172.01	75,455.52
当期生产消耗的铝合金锭 b	19,393.04	37,505.57	37,443.99	32,825.77
铝合金锭平均采购价格 c	17.84	17.60	16.76	17.39
对主营业务成本的影响 d=b-b*上年度 c/本年度 c	260.89	1,790.04	-1,407.50	-
原材料价格波动对毛利率的影响 e=d/a	-0.56%	-2.02%	1.56%	-

报告期内，公司主要原材料铝合金锭平均采购价格变动对公司主营业务成本

影响分别-1,407.50 万元、1,790.04 万元和 **260.89** 万元，对主营业务毛利率的影响为 1.56%、-2.02% 和 -0.56%。

假设其他因素不变的情况下，公司主营业务成本和毛利率受到铝合金锭采购价格变动的影响分析如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
主营业务毛利率	17.81%	16.49%	15.00%	10.15%
铝合金锭成本占主营业务成本的比重	50.86%	50.67%	48.85%	48.42%
铝合金锭采购价格上涨 1%	主营业务 成本变动 比例	0.51%	0.51%	0.49%
铝合金锭采购价格上涨 5%		2.54%	2.53%	2.44%
铝合金锭采购价格上涨 10%		5.09%	5.07%	4.89%
铝合金锭采购价格上涨 1%	主营业务 毛利率变 动比例	-0.42%	-0.42%	-0.44%
铝合金锭采购价格上涨 5%		-2.09%	-2.12%	-2.08%
铝合金锭采购价格上涨 10%		-4.18%	-4.23%	-4.15%

注：铝合金锭占主营业务成本的比重=报告期各期当期生产消耗的铝合金锭/报告期各期主营业务成本金额

由上表可知，在假定其他因素不变的情况下，铝合金锭采购价格上升 1%，公司主营业务成本上升 0.48%-0.51%，毛利率下降 0.42%-0.44%，对公司主营业务成本、毛利率及经营业绩存在不利影响。

2、原材料价格上涨风险应对措施

报告期内，公司产品主要原材料为铝合金锭，采购价格受到市场价格的影响而变动。公司产品价格以成本加成原则作为报价基础，并根据市场竞争环境、客户合作关系以及订单规模等因素综合确定，最终与客户协商确定产品价格。

公司主要产品已建立有效的价格传导机制，可通过价格谈判或价格联动调整机制等措施，将原材料价格波动导致产品成本上升的风险部分转嫁到下游客户，但由于执行在手订单、与客户协商调价时间、议价周期等因素，存在一定的滞后性。因此公司具备一定的向下游客户转嫁原材料价格波动风险的能力。

3、补充风险提示

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、重大风险提示”之“（三）

主要原材料价格波动风险”及“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（三）主要原材料价格波动风险”中进行修改披露如下：

“公司产品生产的主要原材料为铝合金锭、配套件等。报告期内，直接材料占公司主营业务成本的比例分别为 55.99%、57.69%、59.18% 和 59.08%，铝合金锭采购额占采购总额的比例分别为 55.72%、57.04%、59.79% 和 63.87%，占比相对较高，铝合金锭的价格波动对公司毛利率的影响较大。铝合金锭作为有色金属大宗商品，价格的市场化程度较高，并且受到经济周期、全球经济形势、国家宏观经济政策调控以及市场供求关系等因素的综合影响，价格变动存在不确定性。若未来铝合金锭的价格出现大幅上涨，将会给公司经营业绩带来不利影响。

假设其他因素不变，公司主营业务成本和毛利率受到铝合金锭采购价格变动的影响分析如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
主营业务毛利率	17.81%	16.49%	15.00%	10.15%
铝合金锭成本占主营业务成本的比重	50.86%	50.67%	48.85%	48.42%
铝合金锭采购价格上涨 1%	0.51%	0.51%	0.49%	0.48%
铝合金锭采购价格上涨 5%	2.54%	2.53%	2.44%	2.42%
铝合金锭采购价格上涨 10%	5.09%	5.07%	4.89%	4.84%
铝合金锭采购价格上涨 1%	-0.42%	-0.42%	-0.42%	-0.44%
铝合金锭采购价格上涨 5%	-2.09%	-2.12%	-2.08%	-2.18%
铝合金锭采购价格上涨 10%	-4.18%	-4.23%	-4.15%	-4.35%

注：铝合金锭占主营业务成本的比重=报告期各期当期生产消耗的铝合金锭/报告期各期主营业务成本金额

由上表可知，铝合金锭采购价格上升 1%，公司主营业务成本将上升 0.48%-0.51%，毛利率下降 0.42%-0.44%，铝合金锭采购价格上涨，预计将会对公司主营业务成本和毛利率产生不利影响。”

综上所述，主要原材料铝合金锭价格波动对公司经营业绩的影响较大，公司具备一定的向下游客户转嫁原材料价格波动风险的能力，原材料价格上涨风险已作风险提示。

五、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

(一) 核查程序

针对上述事项，发行人会计师履行了如下核查程序：

- 1、查阅同行业可比公司公开披露的信息，将公司与同行业可比公司各大类业务产品销售单价及单位成本变动情况、产品竞争优势、市场供需情况、客户需求变动情况等方面进行比较分析，比较同行业可比公司毛利率水平及变动趋势；
- 2、了解发行人毛利率与同行业可比公司变动趋势不一致的原因及合理性；
- 3、获取发行人主要外协供应商的情况说明，包含发行人外协采购金额占该供应商销售收入比例、外协供应商在压铸、机加以及装配环节下对发行人以及其他客户的报价情况等内容，检查发行人外协采购价格是否公允、是否存在其他利益安排；
- 4、获取发行人通过询价方式取得的其他供应商对发行人主要外协零件的报价单，对比其报价情况是否与发行人外协供应商的报价存在较大差异；
- 5、了解报告期内成本费用变动情况及原因，并分析其合理性；
- 6、了解主要相同产品外协转自产单位成本（直接材料、直接人工、制造费用）差异情况、制造费用构成、原材料、能源采购价格变动情况及原因，并分析其合理性；
- 7、对报告期内发生的成本费用，实施凭证测试，检查其真实性和完整性；实施截止性测试，检查是否存在跨期费用；
- 8、对主要原材料价格波动对发行人报告期内经营业绩的影响进行敏感性分析，测算主要原材料价格波动对发行人净利润的影响；
- 9、了解报告期内发行人应对原材料价格上涨的价格传导机制，及向下游客户转嫁原材料价格波动风险的能力。

(二) 核查结论

经核查，发行人会计师认为：

- 1、报告期内，发行人与同行业可比公司同类产品毛利率存在差异，符合发

行人实际情况，具有合理性。其中发行人主要产品铝合金精密压铸件 2022 年度毛利率与同行业可比公司存在差异具有合理性；2023 年至 2025 年 1-6 月毛利率水平逐渐回归至行业平均水平，与同行业可比公司不存在重大差异，毛利率变动具有合理性；模具及附件报告期内收入及毛利占比较小，毛利率水平低于同行业可比公司平均水平，具有合理性；

2、报告期内，发行人外协业务的采购价格公允或定价具有合理性，不存在其他利益安排；

3、报告期内，发行人本次申报的财务报表已真实、准确、完整反映发行人成本费用情况，不存在跨期和少计成本费用调节利润的情形；

4、报告期内，主要原材料铝合金锭价格波动对发行人经营业绩的影响较大；发行人具备一定的向下游客户转嫁原材料价格波动风险的能力，原材料价格上涨风险已作风险提示。

问题 5.其他问题

(1) 公司股东相关问题。根据申请及回复文件：①发行人股权变动存在瑕疵，且目前尚未取得部分批准或证明资料。②发行人历史上的自然人股东存在违规持股、股权代持等情形，公司股东中金亚平、朱明洪、陆建群、吴祖璇存在“上持下”且未按规定在 1 年内进行清理；“上述股权代持情形及与 139 号文关于‘上持下’规定不符的情况均已事实性消除。”请发行人：①说明目前尚未取得部分批准或证明资料的原因，相关瑕疵是否彻底整改规范，是否构成重大违法违规。②结合相关法律法规或典型案例，梳理公司股东背景及变化情况，充分论证说明出具证明文件的单位（部门）是否为主管部门或有权机关，相关瑕疵是否存在纠纷或潜在纠纷、是否存在被追溯风险。③说明“事实性消除”的具体含义，并结合部分股东未按规定在 1 年内清理股份的实际情况，充分论证说明“发行人历史上的自然人股东违规持股、股权代持等情形均已彻底规范整改”的结论是否真实、准确。④说明公司股权变动、股权代持相关事项是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在合规风险。

(2) 劳动用工合规性。根据申请及回复文件，报告期各期末，公司劳务外

包人数分别为 29 人、36 人和 35 人，公司劳务派遣人数分别为 359 人、43 人、83 人。请发行人说明：规范劳务派遣用工的举措及有效性，充分论证说明采购劳务的原因、定价公允性、选定劳务供应商的标准、报告期内劳务人员和正式员工的薪酬差别及合理性，劳务供应商与发行人及其实际控制人、董监高等是否存在关联关系、资金业务往来或特殊利益安排。

(3) 固定资产采购价格公允性。2022 年-2023 年，发行人向上海尚善精密机械有限公司采购金额为 3,835.82 万元、1,157.12 万元，采购中标价格高于其他供应商投标均价，该公司注册资本为 100 万元。请发行人结合招投标的评价因素，说明上海尚善精密机械有限公司投标价格高于其他招标均价而中标的原因及合理性，其经营规模是否发行人采购规模匹配，是否存在利益输送情形或其他利益安排。

(4) 风险揭示充分性。请发行人按照招股说明书准则的相关要求，逐项梳理风险事项的揭示是否充分、准确，删除其中包含的风险对策、发行人竞争优势及可能减轻风险因素的类似表述，针对部分需投资者特别关注的风险因素，请在“重大事项提示”中披露。

请保荐机构核查上述事项、发行人律师核查（1）（2）、申报会计师核查（3）并发表明确意见。请保荐机构提供关于固定资产及在建工程相关核查工作底稿。

三、固定资产采购价格公允性。2022 年-2023 年，发行人向上海尚善精密机械有限公司采购金额为 3,835.82 万元、1,157.12 万元，采购中标价格高于其他供应商投标均价，该公司注册资本为 100 万元。请发行人结合招投标的评价因素，说明上海尚善精密机械有限公司投标价格高于其他招标均价而中标的原因及合理性，其经营规模是否发行人采购规模匹配，是否存在利益输送情形或其他利益安排。

回复：

1、上海尚善精密机械有限公司投标价格高于其他招标均价而中标的原因及合理性

(1) 向上海尚善精密机械有限公司采购机器设备的情况

报告期内，公司向上海尚善精密机械有限公司（以下简称“尚善精密”）的机器设备转固金额分别为 3,835.82 万元、1,157.12 万元、1,345.49 万元和 **235.40 万元**。发行人根据生产经营情况，分批向尚善精密采购紧凑型加工中心、车铣复合中心等机器设备，以日本兄弟牌紧凑型加工中心为主，主要用于变速箱产品加工线项目以及生产线扩产。尚善精密最终以高于其他供应商投标均价 14.77% 的价格中标变速箱产品加工线项目，主要系尚善精密在该项目的招投标过程中综合评分最高。

发行人向尚善精密采购的紧凑型加工中心投产后，发行人根据机器设备运行情况出具设备调查表，经内部评估。该紧凑型加工中心投产后运行良好，因此后续公司因为扩产而采购该品牌机器设备过程中，发行人也采用竞争性磋商的方式。如 2024 年度在 M3 项目采购过程中，发行人采用竞争性磋商的方式，与尚善精密经过多轮磋商，最终每台机器设备降价约 3%。

(2) 招投标情况

变速箱产品加工线项目的投标单位分别为尚善精密、北京绅名科技有限公司（以下简称“北京绅名”）、苏州纳野精密机械有限公司（以下简称“纳野精密”）。其中，尚善精密投标的加工中心为日本兄弟工业株式会社品牌，北京绅名投标的加工中心为韩国斗山品牌，纳野精密投标的加工中心为日本牧野品牌。

该项目公司综合考虑供应商的设备技术、商务报价、资信、业绩及其他等各项评审因素后确认项目中标人。上述三家供应商最终投标评分情况如下：

序号	投标人	评委 A	评委 B	评委 C	评委 D	评委 E	最终评分 (算术平均)
1	北京绅名	87.00	87.00	86.50	87.00	87.00	86.90
2	尚善精密	90.17	88.17	90.17	90.17	90.17	89.77
3	纳野精密	89.36	86.36	88.86	89.36	89.36	88.66

如上表所示，尚善精密、北京绅名、纳野精密获得的最终评分分别为 89.77 分、86.90 分和 88.66 分。尚善精密综合评分最高，因此其中标变速箱产品加工线项目。以评委 A 的评分结果为例，具体情况如下：

类别	评分项目	北京绅名	尚善精密	纳野精密
资信、业绩及其他评审	投标人注册资本,企业生产本设备的经验(各1.5分,共3分)	3.00	3.00	3.00
	保修期(3分)	2.50	3.00	2.50
	投标人近年的业绩(4分)	4.00	4.00	4.00
	付款条件(5分)	5.00	4.00	4.00
	交货期(10分)	10.00	10.00	5.00
小计		24.50	24.00	18.50
设备技术评审	产能/节拍(15分)	5.00	15.00	15.00
	主轴转速(5分)	4.50	4.00	5.00
	X/Y/Z轴快速进给速度(5分)	4.00	5.00	5.00
	主轴扭矩(5分)	5.00	4.00	3.00
	定位精度和重复定位精度(各5分,共10分)	9.00	8.00	10.00
	自动化实施可行性(5分)	5.00	5.00	5.00
小计		32.50	41.00	43.00
商务报价	报价(万元)	807.80	962.80	870.00
	报价得分	30.00	25.17	27.86
最终得分		87.00	90.17	89.36

注:有效投标书的最低价为最佳报价,最佳报价为满分;其它投标单位的计算方法是最佳报价/其投标价*30为最终得分

结合上表分析可知,北京绅名投标的加工中心型号无法满足发行人产能技术要求,故技术评审中产能/节拍得分较低,导致其最终得分最低;纳野精密投标的加工中心因受全球公共卫生事件及其自身发货计划等因素的影响,无法满足发行人的交货期要求,故资信、业绩及其他评审中交货期得分较低。

综上所述,发行人采购机器设备采用招投标方式时综合考虑设备技术、商务报价、资信、业绩及其他等多项因素,尚善精密投标价格高于其他供应商投标均价,但设备技术、资信、业绩及其他评分表现良好,综合评分最高,中标具有合理性。

2、上海尚善精密机械有限公司其经营规模与发行人采购规模的匹配情况,不存在利益输送情形或其他利益安排

(1) 尚善精密基本情况

项目	内容
成立时间	2011 年 12 月 13 日
注册资本	100 万元
注册地址	上海市闵行区万源路 2800 号
经营范围	许可项目：货物进出口；技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：从事精密机械科技领域内的技术咨询、技术服务，机械设备、仪器仪表、模具、工业自动化控制设备的销售，销售代理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（2）尚善精密代理销售机器设备情况

尚善精密系兄弟机械商业（上海）有限公司华东区域的授权经销代理商，主要负责相关区域市场推广宣传及销售工作。机器设备的技术支持和售后工作由上级经销商西安鼎荣精密设备有限公司的子公司诺荣精密机械（上海）有限公司具体负责。根据资料显示，尚善精密截至投标年度其近三年平均营业总额约为 1 亿元，其经营规模与发行人采购规模较为匹配。

经公开查询，兄弟机械商业（上海）有限公司的实际控制人为兄弟工业株式会社，成立于 1934 年，注册资本为 192.09 亿日元（截至 2025 年 3 月 31 日），2024 年度合并收入 8,765.58 亿日元。兄弟工业株式会社的主要业务包括印刷和解决方案业务、工业印刷业务和机械业务等。兄弟牌小型加工中心在相关领域具有领先地位和良好口碑。该品牌加工中心主要采用日本兄弟工业株式会社原装配件，严格按照日本兄弟工业株式会社原厂标准在国内进行生产组装，符合日本兄弟工业株式会社原厂质量标准。

（3）同类型其他代理商情况

经公开查询，蓝泰（上海）机械科技有限公司系日本兄弟品牌加工中心的指定代理商，其注册资本为 100 万元；青岛新迈特机械有限公司和新中金刚（北京）国际贸易有限公司系韩国知名加工中心生产商斗山机床（中国）有限公司的代理商，注册资本均为 100 万元。上述代理商的资信状况与尚善精密不存在显著差异。

综上所述，尚善精密与市场同类代理商的资信状况不存在显著差异，经营规模与发行人采购规模较为匹配。公司不存在利益输送情形或其他利益安排。

五、请保荐机构核查上述事项、发行人律师核查（1）（2）、申报会计师核

查（3）并发表明确意见。

（一）核查程序

针对（3）事项，发行人会计师履行了如下核查程序：

1、固定资产采购价格公允性

（1）对尚善精密进行实地走访，了解供应商基本信息、合作背景、与发行人之间的交易情况等；

（2）获取发行人变速箱产品加工线投标项目的招标文件，了解发行人此次项目招标的要求以及各评审因素；

（3）获取发行人投标单位的技术标书、商务标书以及评审表，结合发行人招标项目的评价因素分析尚善精密成为此项目中标人的原因；

（4）通过公开渠道查询尚善精密所代理的品牌公司的基本情况，查看尚善精密的经销商代理资格证明，检查盖章是否齐全、代理资格是否在有效期内；

（5）通过公开渠道查询其他品牌代理商注册资本的情况，了解品牌代理商的主要工作内容，分析尚善精密的经营规模是否与发行人采购规模匹配；

（6）通过访谈以及关联方流水核查，核查尚善精密与发行人是否存在关联关系。

（二）核查结论

针对（3）事项，发行人会计师认为：

3、固定资产采购价格公允性

（1）尚善精密投标价格高于其他供应商投标均价，但设备技术、资信、业绩及其他评分表现良好，综合评分最高，中标具有合理性；

（2）尚善精密与市场同类代理商的资信状况不存在显著差异，其经营规模与发行人采购规模较为匹配；

（3）公司不存在对其利益输送情形或其他利益安排。

（以下无正文）

(此页无正文，为中汇会计师事务所(特殊普通合伙)《关于湖州安达汽车配件股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页)



中国注册会计师:

彭远



中国注册会计师:

俞翔



报告日期: 2020年1月8日